

## **Cómo vender libros durante la hiperinflación: reclamos y estrategias comerciales**

**de la industria editorial argentina (1987-1989)**

**Laura Noemí Sesnich**

**Universidad Nacional de La Plata**

### **Resumen**

Si bien la vuelta de la democracia fue acogida con gran expectativa, este entusiasmo comienza a decrecer a partir de 1986, cuando el deterioro en la estabilidad política y económica comienza a hacerse notar. En el plano económico, hacia finales de la década, el fenómeno de la hiperinflación hace tambalear los cimientos del país. La industria editorial no queda al margen de la crisis económica: de acuerdo a la estimación del sector, las ventas caen en este periodo entre un 30 y un 40%, por lo cual estos años se juzgan como los peores de la industria editorial argentina en toda su historia. Esta ponencia se propone trazar un panorama de los efectos de la crisis económica 1987-1989 sobre el sector editorial argentino. Se analizarán, por un lado, las estrategias comerciales de las diferentes casas editoriales en ese marco económico (búsqueda de nuevos circuitos de difusión y venta, elecciones y abandonos de géneros o temáticas, apuesta a las ediciones baratas, etc.) Por otro lado, se indagarán los reclamos que el sector hace al Estado (sanción de una nueva Ley del libro, subsidio al papel, toma de medidas respecto de la importación de libros editados en el exterior) con el objeto de señalar los antecedentes inmediatos de las que serán las nuevas pautas de funcionamiento del sector editorial en los años '90.

### **Palabras clave**

mercado editorial – hiperinflación – reclamos del sector - estrategias comerciales

Este trabajo se propone indagar, a partir del análisis de material de archivo, en las diversas estrategias desplegadas por la industria editorial argentina ante la crisis

económica de fines de la década del '80, que estuvo signada por un proceso hiperinflacionario que alcanzó su punto máximo hacia 1989.<sup>1</sup>

Con la vuelta de la democracia la industria editorial había comenzado un proceso de recuperación, que si bien no llegará a los niveles previos al golpe de Estado, acusaba un crecimiento sostenido en la producción. Sin embargo, la crisis inflacionaria de fines de los '80 afecta los salarios reales, impactando negativamente en el sector: de acuerdo a estimaciones de las casas editoriales, las ventas caen en este periodo entre un 30 y un 40%.

A esta caída en las ventas se suman otras complicaciones para el sector, como la demora en la sanción de una Ley del libro que proteja la producción editorial nacional, los altos aranceles al papel y la desgravación a las ediciones extranjeras, entre otras.

Frente a esta coyuntura, encontramos que los editores adoptaron dos grandes estrategias: por un lado, intensifican sus reclamos al gobierno en torno a la regulación del funcionamiento del sector, y por otro, adoptan nuevas estrategias comerciales tendientes a lograr la supervivencia; en un difícil intento por esquivar de la mejor manera posible los embates de la crisis.

Como ya mencionamos anteriormente, uno de los grandes reclamos del sector hacia el gobierno fue la sanción de una nueva Ley del libro, que, pese a la insistencia del reclamo, nunca fue sancionada, ni durante el gobierno de Alfonsín ni durante el de Menem.

El sector contaba ya con la regulación propuesta en la Ley del libro argentino sancionada en 1973, pero la efectividad de esta ley se ve anulada por no contar con un texto reglamentario. Por ello, y de cara al difícil panorama que enfrenta la industria editorial en esos años, resultó necesario profundizar los reclamos al Estado para que la producción de libros se encuentre debidamente protegida a través de la legislación. El sector esperaba una nueva ley que interviniera directamente sobre algunos aspectos puntuales de la actividad editorial que identificaban como fundamentales para la subsistencia del sector, como el precio del papel y cuestiones relativas al ingreso al país de libros editados en el exterior.

En 1988 será objeto de debate el proyecto de Ley del libro presentado por Carlos Guido Freytes, diputado nacional de la banca justicialista y vicepresidente de la Comisión de educación y cultura. De acuerdo a una nota de *Página/12* del 11 de mayo de 1988 Jaime Rodríguez (Sudamericana), Guillermo Schavelzon (Aguilar), Daniel Divinsky (De la Flor) y Gabriel Fontenla (Puntosur), coinciden en afirmar que el proyecto combina aspectos positivos con enfoques erróneos, y contiene "declaraciones voluntaristas que no pasan de la mera retórica". Sin embargo, destacan

<sup>1</sup> El material de archivo con el que trabajamos está conformado por un corpus de notas periodísticas vinculadas al mercado editorial, publicadas en el diario *Página/12* durante mayo de 1987 (momento de aparición del diario), hasta diciembre de 1989.

el interés por incentivar la producción de libros argentinos mediante apoyos crediticios, formas de fijación de precios del papel y exención impositiva. Otros artículos de este proyecto de ley también gozaron del beneplácito de los editores, tales como los que refieren a los derechos del traductor, las tarifas preferenciales para el transporte de libros y para la promoción publicitaria, o la desgravación impositiva para el caso de las donaciones de libros a entidades sin fines de lucro.

Por el contrario, hay desacuerdos en cuanto a lo que este proyecto de ley propone sobre los aranceles aduaneros a los libros extranjeros. Con respecto al artículo que prevé gravámenes para los libros que ingresan al país, incluso aquellos escritos en español, Rodrigué opinó que “no se trata de impedir la entrada de libros, sino de obtener una competencia de buen nivel, de forma tal que la gente no se vuelque a ediciones extranjeras”. Por otro lado, Hebe Clementi, directora nacional del libro, calificó duramente de “primario, simplista y elaborado con una perspectiva estrecha” al proyecto de ley de Freytes. En una nota del 31 de agosto de 1988 se señalan las posiciones de Clementi y la de Freytes con respecto a esta cuestión: mientras que Freytes propone normas relativamente proteccionistas para la industria editorial nacional, Clementi defiende el supuesto de que la cultura argentina se fortalecerá con la apertura al mercado editorial externo. De acuerdo a Freytes, la combinación entre aranceles altos al papel importado y la falta de gravámenes a los libros extranjeros, ocultaría una especie de subvención a la importación de libros, puesto que coloca al libro nacional en una posición en la cual le resulta muy difícil competir con el precio y la calidad de los libros extranjeros. Clementi, por su parte, afirma que esto, que en un primer momento suena coherente, a la larga no resultaría beneficioso para el sector, puesto que medidas de este tipo traerían como consecuencia medidas similares por parte de otros países, con el consecuente perjuicio para la exportación de libros argentinos. No se trata entonces, según Clementi, de defender la industria sino también “de prestar atención a las leyes del mercado, a la posición del libro argentino en el mundo y, sobre todo, a la posibilidad de difundir cultura en Argentina”.

El otro gran tema sobre el que se esperaba que legisle la nueva Ley del libro era el arancel a la importación al papel para la producción editorial. En este sentido, la propuesta de ley de Freytes contemplaría fijar un techo para el precio del papel, señalando además que se priorizará a los productores argentinos siempre que el costo del papel nacional no supere al del extranjero sin gravámenes. Se supone que esta medida favorecería también a los papeleros nacionales, puesto que la demanda aumentaría al bajar el precio del papel. Sin embargo, el Estado no parece tener intenciones concretas de favorecer a la industria editorial en este punto, puesto que el 21 de octubre de 1988 se da a conocer una resolución del Ministerio de Economía acerca de los aranceles a la importación del papel, que establece una reducción de 10 a 0% para el papel destinado a diarios y una reducción del 20 al 10% para el papel destinado a revistas, mientras que se mantienen los aranceles de entre el 40 y el 47% para el papel destinado a libros.

De acuerdo a una nota aparecida el 7 de diciembre de 1988, la Cámara Argentina del Libro respondió indignada a este anuncio a través de una conferencia de prensa en la que denunció el abandono del Estado con respecto al sector, a la vez que sostuvo que el libro argentino no está en condiciones de competir con el libro extranjero, que compra el papel a precio y calidad internacionales

Meses más tarde, el 7 de abril de 1989, la polémica acerca del precio del papel parece quedar saldada durante la visita de Alfonsín a la 15º Feria del Libro, donde finalmente anuncia una reducción al 10% para la importación del papel; a la vez que, respondiendo al otro gran reclamo del sector, afirma que el texto para la nueva Ley del libro está elaborado y listo para su sanción. De acuerdo a Roberto Castiglioni, de la Fundación El Libro, este anuncio sobre la reducción a la importación papelería, "si bien no termina con todos los problemas del sector, es el inicio".

Más allá de los reclamos al Estado acerca de la necesidad de proteger la actividad editorial, el sector desarrolló estrategias propias para asegurarse la supervivencia durante estos años de crisis.

Estas estrategias comerciales tuvieron que ver, básicamente, con redefinir qué vender y cómo hacerlo en un contexto en el que la clave obligada era la ampliación del mercado consumidor. En este sentido, las editoriales desplegaron una serie de propuestas que van desde apostar por ciertos géneros y temáticas hasta la búsqueda de nuevos circuitos de difusión de sus productos.

En diciembre de 1987, *Página/12* dedica su sección *Culturas* a analizar los libros más vendidos en Argentina durante ese año. La conclusión, en líneas generales, fue que un "lento eclipse del ensayo político-periodístico coyuntural, tenue avance de la narrativa y de textos de investigación teórica rigurosa, apabullante caída en la venta de libros y la flamante apertura de un nuevo canal de comercialización editorial", fueron los aspectos centrales de la problemática del libro en Argentina durante 1987.

De acuerdo a este informe, el género más vendido durante ese año fue el del ensayo político-periodístico, especialmente el referido a cuestiones vinculadas a la dictadura. Según una de las notas de este informe, firmada por Alberto Castro y Jorge Warley, durante los años del Proceso el género más exitoso a nivel de ventas fue el best-seller narrativo, pero con la vuelta de la democracia la diversificación de la oferta cultural fue restándole público a este género, cediendo la primacía en las ventas al ensayo de tipo político-periodístico, sobre todo el referido a la dictadura recientemente finalizada.

Según Rubén Durán, de Editorial Legasa y Jorge Guiraud, de Puntosur, esta tendencia de primacía en las ventas del libro político comienza a decaer hacia finales del '87, abriendo paso a un repunte en las ventas del género novela. Sin embargo, este repliegue del libro político es relativo, ya que ambos coinciden en afirmar que si bien hay una especie de "saturación del discurso político" -como lo calificó Durán-, este se refiere más que nada al libro político de tipo testimonial y no a los textos de

investigación rigurosa, que siguen teniendo un buen nivel de ventas, nivel que mantendrán durante, al menos, los dos años siguientes.

El libro político, entonces, seguirá siendo, aun a pesar de este repliegue, el caballito de batalla de la industria editorial durante este periodo. Así lo demuestran las ediciones prácticamente agotadas de *Ensayos sobre la transición democrática argentina*, de Carlos Portantiero y José Nun e *Itinerario de Gramsci en Argentina*, de Jose Aricó, ambos editados por Puntosur; como también los 30.000 ejemplares que lleva vendidos *Perestroika* de Mijáil Gorbachov en sus seis reimpresiones a cargo de Emecé o los 10.000 ejemplares de *Felices Pascuas*, libro acerca de la rebelión militar de 1987, escrito por Jorge Greco y Gustavo González y puesto en circulación por Editorial Planeta.

Sin embargo, el creciente interés del público por la narrativa (tanto nacional como extranjera) y el libro de autoayuda o sobre cuestiones domésticas, también se verán reflejados en las vidrieras de las librerías, en un intento por no despreciar a ningún sector del mercado. Matías Ayerza, jefe de prensa de Sudamericana, coincide con este análisis, señalando que se percibe un retroceso del ensayo político coyuntural a la vez que un repunte de la literatura y, sobre todo, el éxito de libros que integran colecciones prácticas, manualidades, textos que hablan sobre el lenguaje del cuerpo, economía doméstica, ecología, etc. Este repunte en las ventas de la narrativa queda evidenciado por ejemplo, en la presencia de las novelas *Eva Luna*, de Isabel Allende y *Respiración artificial*, de Piglia, y el libro de relatos *Prisión perpetua* –también de Piglia-, en la lista de libros más vendidos del diario *La Nación*, de acuerdo a una nota del 8 de junio de 1988.

La editorial que parece haberse tomado más seriamente la premisa de satisfacer los gustos del público masivo parece haber sido Planeta, cuyos planes de edición para 1988 incluyen títulos tan dispares como *El amor y el sexo después de los 40*, de Robert Butler; *El ejército del escarnio al poder*, de Rosendo Fraga; *El día que los perros hablaron*, novela de Luis Aguilé; *El juego estratégico*, de Zbigniew Brezinsky –ex asesor de seguridad nacional del presidente norteamericano James Carter-; *Árbol adentro*, libro de poemas de Octavio Paz; *CGT: el cuarto poder*, de Gustavo Béliz; y *La grafología. El individuo a través de su letra*, de Ada Guarini.

Otro buen ejemplo de este eclecticismo lo constituye la editorial Puntosur, que si bien se dedica a publicar fundamentalmente material político-periodístico, haciéndose eco de este interés creciente por la narrativa y el libro de autoayuda o temas domésticos, edita también una colección de literatura argentina dirigida por Jorge Rivera, y el libro de cocina *Utilissima* que con cuatro reediciones y 16.000 títulos vendidos, figura a la cabeza de los libros más exitosos de esta editorial.

Emecé también apunta a un catálogo que incluya las nuevas tendencias del público en cuanto a libros de autoayuda, como lo demuestran las constantes reediciones de *Vivir, amar y aprender*, del norteamericano Leo Buscaglia, mejor conocido como el Doctor Amor, cuyas ventas llegaron a alcanzar los 177.000 ejemplares.

Además de la ampliación en la variedad del catálogo, las editoriales apuntan a captar un mayor público a través de la puesta en marcha de circuitos de venta y difusión alternativos al tradicional circuito de librerías.

En este sentido es destacable la iniciativa del autobús cultural, puesta en marcha inicialmente por Sudamericana-Planeta y luego adoptada por Espasa-Calpe y otras editoriales menores. Se trata de un colectivo que se estaciona en alguna esquina visible de la ciudad con el objetivo de promocionar libros. *Página/12* le dedica una nota a este fenómeno el 11 de junio de 1987, donde se describe el funcionamiento de uno de estos autobuses culturales: una joven reparte volantes invitando a los transeúntes a entrar al autobús, donde los espera un promotor bien surtido en elogios acerca la calidad y precio de los libros allí ofrecidos. La carnada infalible para el peatón era el talón válido por “un valioso libro obsequio”, adjunto al volante. De acuerdo a Nicolás Zangoni Arce, director nacional de Sudamericana-Planeta, este sistema de venta es muy ventajoso porque reduce enormemente los costos financieros: “Llegamos a vender 4.000 ejemplares de una misma obra en un mes, cifra que nunca alcanzaríamos con los circuitos tradicionales. Bajamos las ganancias pero ampliamos en proporciones incomparables la venta, con lo que el rendimiento es mucho mayor. Este sistema cumple con el objetivo de extender el hábito de la lectura más allá de los circuitos que tradicionalmente accedían a ella”.

Vemos entonces que la búsqueda de circuitos alternativos de difusión y venta de libros era uno de los objetivos de la industria editorial por estos años. Al autobús cultural se suman también otras estrategias como la venta en supermercados y kioscos, o la difusión de títulos mediante el sistema de libros de obsequio por la compra de una revista, como es el caso de la revista *Siete Días*, que ve agotadas sus tiradas desde que empezó a emplearlo. Incluso los shoppings, en virtud de su capacidad de congregar público de alto poder adquisitivo, fueron puntos de difusión de la producción editorial, como lo demuestra la “feria del libro” *Expo-Libro 88*, que bajo el lema “Shopping Sur abre sus puertas a la cultura”, se realizó en las instalaciones del mencionado centro comercial en julio de 1988.

Es novedosa también para esta época la oferta de libros en las góndolas de los supermercados. En este sistema de venta, es el supermercado el que decide qué títulos quiere ofrecer a sus clientes. Los precios de los libros resultan más baratos que en las librerías, puesto que negocian directamente con las editoriales, sin el intermedio de los distribuidores. Por su parte, las editoriales aspiran a colocar sus títulos en los supermercados, ya que esto les asegura un nivel de visibilidad y de ventas que serían difíciles de alcanzar en el circuito tradicional.

De acuerdo a Marcelo Braña, jefe de la sección librería de Carrefour San Isidro, por esta cadena de supermercados circulan alrededor de 2.000 títulos, que van desde novelas de Cortázar o Kundera a libros infantiles, de labores, computación, jardinería o diccionarios. Yendo más a fondo en esta iniciativa, incluso se dio el caso de supermercados que editaron sus propias colecciones bibliográficas, como la cadena

de supermercados Supercoop, perteneciente a la cooperativa El Hogar Obrero. El 1º de diciembre de 1987 *Página/12* publica una nota en donde anuncia la venta de una colección de 25 libros que bajo el título de “Biblioteca Actual”, lanzarán en coedición los sellos Nuevo País -perteneciente a la mencionada cooperativa- y el Fondo de Cultura Económica de México. De acuerdo a la nota, esta iniciativa fue presentada a El Hogar Obrero por parte de Editor, una empresa dedicada a la creación de proyectos editoriales. Jorge Lebedev, director del proyecto, explica las características del mismo diciendo que “la venta a través de los supermercados permite absorber uno de los niveles de intermediación que hay entre la fabricación del libro y el lector. En este caso, el Hogar Obrero es coeditor, productor, distribuidor y quien vende el libro. Esto permite abaratar muchísimo el producto”. En este proyecto, la intención de lograr un circuito de mayor difusión y el intento por lograr la masividad, quedan demostrados también en el criterio a la hora de seleccionar a los autores que incluirá la colección, que según Lebedev está orientado a lograr una “biblioteca de divulgación general que pueda interesar a una masa cautiva de lectores muy amplia”.

Otra importante estrategia comercial, también vinculada a la venta a través de otros circuitos, es la relativa a las colecciones de libros baratos o de bolsillo. Estas colecciones se comercializan generalmente en kioscos de diarios y revistas, lo que les permite alcanzar la masividad que las caracteriza. Si bien las ediciones baratas no son un fenómeno nuevo, en este contexto de crisis económica y constante aumento en el precio de los libros, su influencia se vuelve decisiva tanto para buena franja del público lector, para quien estos libros a bajo costo garantizan la posibilidad de consumo bibliográfico en un contexto de deterioro de su poder adquisitivo real; como para las editoriales, que ven salvada buena parte de su subsistencia gracias a las ventas mediante esta modalidad.

En este periodo son destacables colecciones como “Biblioteca política argentina”, del CEAL, que entre abril de 1983 hasta agosto de 1988 había publicado alrededor de 220 títulos sobre temas de historia nacional contemporánea, a razón de un título por semana; o la colección “Obras maestras del pensamiento contemporáneo”, de Planeta, cuyos números dedicados a Freud y Einstein alcanzaron ventas de más de 52.000 ejemplares. Por su parte, la editorial Hyspamérica, con su colección “Biblioteca argentina de historia y política” llevaba vendidos hacia mediados de 1988 1.700.000 ejemplares, con títulos como *Yrigoyen*, de Félix Luna o *El orden conservador*, de Natalio Botana.

Por último, cabe hacer una breve mención sobre las opiniones de los libreros acerca de estas nuevas modalidades y circuitos de venta. En este punto las aguas están divididas entre quienes los evalúan negativamente como competencia y los acusan de ser en buena parte responsables de la crisis que aqueja al sector; y quienes, muy por el contrario, aducen que la circulación de libros por circuitos que no son los tradicionales redundan en un aumento de la lectura y un mayor interés por parte de los lectores en determinados temas, lo cual a la larga beneficia a las librerías.

Para concluir queremos remarcar entonces que la demanda de una legislación específica que proteja la actividad del sector editorial y los gravámenes arancelarios al papel y a los libros importados, por un lado; y, por otro, la ampliación del mercado consumidor a través de la diversificación de temas y géneros, y de la apuesta a las colecciones a bajo costo en los circuitos de venta alternativos, parecen haber sido, a grandes rasgos, los aspectos más característicos de las políticas editoriales y comerciales durante los años de la hiperinflación.

## **Bibliografía**

- Bourdieu, Pierre (2000). *Intelectuales, política y poder*. Buenos Aires, Eudeba.
  
- de Diego, José Luis (dir.) (2006). *Editores y políticas editoriales en Argentina (1880-2000)*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
  
- de Sagastizábal, Leandro y Esteves Fros, Fernando (comps.) (2002). *El mundo de la edición de libros*. Buenos Aires, Paidós.
  
- Forcinito, Karina y Tolón Estrelles, Gaspar (2008) *Reestructuración neoliberal y después. 1986-2008: 25 años de economía argentina*. Buenos Aires, Biblioteca Nacional.
  
- Getino, Octavio (1995). *Las industrias culturales en la Argentina. Dimensión económica y políticas públicas*. Buenos Aires, Colihue.
  
- SInCA. *Valor y símbolo. Dos siglos de industrias culturales de la Argentina*. Publicación disponible en [www.sinca.cultura.gov.ar](http://www.sinca.cultura.gov.ar).