

XI Jornadas de Sociología de la UNLP

Mesa 39. Lecturas del espacio íntimo al espacio público.

Sociología de los mundos literarios

Giuliana Pates

Instituto de Investigaciones en Medios, Cultura y Poder (INESCO) “Aníbal Ford”

(FPyCS-UNLP) / CONICET

giulipates@gmail.com

El “boom” de las novelas románticas argentinas: mediaciones editoriales, segmentación del público lector y vínculos entre editoras, escritoras y lectoras

“Las novelas románticas, esas historias apasionadas en que un hombre apuesto termina por unirse a una mujer atractiva tras vencer mil obstáculos, conquistan nuevas lectoras sin cesar”, puede leerse en la bajada de la nota “El amor nunca muere y cada vez vende más”, publicada el 5 de julio de 2008 en la sección Cultura del diario *La Nación*. “Esas eternas soñadoras han abierto foros en Internet donde se recomiendan obras, abren sus corazones y comentan el mundo rosa del que no pueden prescindir. Ese culto alado y ardiente alimenta hoy una sólida industria editorial”, continúa su autora, la periodista y editora Alejandra Rey. Doce años más tarde, otra nota dice: “Lideran los rankings de venta, se consolidan las autoras nacionales y nacen nuevas colecciones. ¿Cómo se cuentan historias de amor en años de deconstrucción de mandatos?” El 13 de febrero de 2020, en vísperas del Día de los Enamorados, la escritora Patricia Suárez publica “El boom de las novelas románticas en tiempos de feminismo” en *Viva*, la revista dominical que sale con el diario *Clarín*. Allí, se pregunta: “¿A qué se debe el auge y la vigencia [de las novelas románticas]? ¿Cuál es el imán de estas historias? ¿Por qué se sigue tratando a este género como algo menor cuando, aún en tiempos de crisis, lidera los rankings de ventas mes a mes? ¿Será porque se trata de novelas mayormente escritas por y para mujeres?”

En ambas notas, se destaca la supervivencia de las novelas románticas en el sector editorial y en las bibliotecas de las mujeres. En la primera, se enfatiza la actividad que ellas empezaron a tener, a principios del siglo, en foros de lectura *online* en los que comentaban y recomendaban estas producciones literarias. También, la figura de algunas nuevas escritoras argentinas que se estaban sumando al “fenómeno mundial”, como Florencia Bonelli y Gloria Casañas. En la segunda, esos dos primeros nombres se

multiplicaron: se sumaron Viviana Rivero, Gabriela Margall, Mirta Pérez Rey, Laura Miranda y Madga Tagtachian.

¿Hubo, en los últimos años, un “boom” de novelas románticas? ¿Puede hablarse de “boom” cuando es un género que ha tenido enorme éxito durante el último siglo? En esta ponencia, me propongo reconstruir y analizar las mediaciones editoriales que intervienen en la publicación y la circulación de novelas románticas en el mercado argentino. En primer lugar, describiré el sector editorial que publica estas novelas. Luego, me detendré en las figuras de algunas editoras y en las actividades que planifican algunos grupos editoriales para promocionar este género y segmentar el público lector. Finalmente, reconstruiré los vínculos que tejen algunas autoras argentinas con las editoriales y las lectoras.

Emplazamiento de la investigación

Este trabajo se inscribe en una investigación más amplia, mi tesis doctoral en torno a la circulación y la lectura de novelas románticas por parte de mujeres de distintas edades y generaciones de sectores medios habitantes de una ciudad intermedia del noroeste de la provincia de Buenos Aires. Su propósito es analizar las relaciones que se tejen entre las novelas románticas de circulación masiva y las mujeres que las leen, por los espacios y los momentos de sus vidas cotidianas en los que se produce la lectura, y por el modo en que el género, las experiencias erótico-afectivas y la condición etaria y generacional intervienen en la apropiación de estas novelas.

Aquí, compartiré parte de esa investigación, en particular, una pregunta por las condiciones materiales en las que son producidas y puestas en circulación estas producciones literarias. Para ello, combino una serie de estrategias metodológicas. En primer lugar, el análisis de los catálogos y las redes sociales de los sellos de algunos grupos editoriales: Planeta y Penguin Random House (PRH); en menor medida, Urano y V&R. En segundo lugar, observaciones en actividades que organizan estos grupos editoriales: presentaciones y firmas de libros, charlas de escritoras en la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires (en sus ediciones presenciales de 2018, 2019 y 2022) y el Festival Historias que enamoran, organizado por PRH, en 2018, 2019 y 2020. Por último, entrevistas y conversaciones con editores como Julieta Obedman, Magalí Etchebarne y Genaro Press, de PRH.

Breve descripción del mercado editorial argentino

La conformación del mercado editorial local se transformó profundamente debido a las políticas neoliberales que caracterizaron los años noventa. Como ya fue abordado por los estudios del libro y la edición, las editoriales pasaron de ser empresas pequeñas o familiares a ser absorbidas o fusionarse en empresas transnacionales (de Diego, 2006; 2015). Esto derivó en que el mercado editorial se haya concentrado y polarizado: por un lado, se concentró la producción editorial y, también, su distribución y su comercialización, en grandes grupos editoriales como Planeta y Penguin Random House, y en cadenas de librerías como El Ateneo/ Yenny y Cúspide; por otro, se produjo una polarización entre la producción de estos grupos y la emergencia de otras editoriales pequeñas y medianas, a veces denominadas “independientes”, que cubren nichos específicos (Botto, 2006).

En este contexto, las novelas románticas que circulaban en nuestro país en los años noventa eran, mayormente, escritas por autoras de origen internacional. A la clásica Corín Tellado, se sumaron, entre muchas otras, Rosamunde Pilcher, Jude Deveraux, Judith McNaught y, posteriormente, Nora Roberts y Danielle Steel. Se publicaban, en su mayoría, en la editorial Javier Vergara, que en 1997 pasó a formar parte de Ediciones B, dentro del grupo español Zeta; en la colección Cisne, dedicada a novelas románticas, de la editorial De Bolsillo, cuyos ejemplares eran importados de España; y en la colección Grandes novelistas de la editorial Emecé que, bajo la conducción del director editorial Jorge Naveiro, amplió su catálogo de autores que se destacaban por su “valor literario” hacia otros¹, la mayoría de Estados Unidos, de gran éxito comercial.

Entre las autoras argentinas que publicaban novelas románticas, se destacaron María Esther de Miguel y María Rosa Lojo. Ambas novelaron las biografías de mujeres que habían participado en hechos de la historia nacional, como Eduarda Mansilla y Manuelita Rosas, y también pusieron en primer plano la vida amorosa de los varones que habían protagonizado el siglo XIX argentino como Manuel Belgrano, Justo José de Urquiza, Juan Manuel de Rosas y Lucio Masilla. La mayoría de sus novelas fue publicada

¹ Asumiré el uso de lenguaje inclusivo en términos de género porque entiendo que en el lenguaje se condensan desigualdades e injusticias sexogenéricas. Con la convicción de que el uso del masculino genérico se basa en un pensamiento androcéntrico que considera la masculinidad como referencia universal (Hombre = hombre) y, en ese gesto, invisibiliza a las mujeres y a otras identidades genéricas, recorro a una perspectiva de derechos y de usos no discriminatorios del lenguaje para dar cuenta de las marcas discursivas de la diversidad y dejar huellas de disenso frente a la falta de representación simbólica de la otredad (Tosi, 2019). En este marco, usaré la “e” con la intención de escapar al sistema sexogenérico binario y mantendré el uso del femenino y el masculino en casos particulares.

por Planeta. Además de estas dos autoras, se destacó Cristina Bajo, que es reconocida como precursora de las novelas “histórico-románticas” que dominan el sector editorial actual. Con su saga *Los Osorio* (1996-2017), editada en Sudamericana, que narra el devenir de una familia en la primera mitad del XIX en Córdoba, inauguró una ola de ficciones románticas que contextualizan las historias de amor en hechos de la historia argentina.

En el nuevo siglo, la edición de novelas románticas encontró espacio en una amplia variedad de sellos que, por las características del mercado editorial, se concentró en cuatro grupos editoriales. *Penguin Random House (PRH)* publica novelas románticas en sus sellos Plaza & Janes, Ediciones B, Vergara, Suma, Roca Editorial y, en menor medida, en Sudamericana y De Bolsillo. El *Grupo Planeta* hace lo propio en Planeta, Emecé y Booket. *Ediciones Urano* y *V&R editoras* tienen sellos especializados en el género romántico: Titania y VeRa respectivamente.

Estos grupos editoriales combinan la traducción y la publicación de novelas románticas de autores que ya cuentan con reconocimiento como los estadounidenses Danielle Steel (Plaza & Janés/PRH), Nora Roberts (Plaza & Janés /PRH) y Nicholas Sparks (Roca Editorial/PRH) con otras apuestas de novedoso éxito comercial como la alemana Sarah Lark (Ediciones B/PRH) y la irlandesa Lucinda Riley (Plaza & Janes/PRH). También, impulsan la traducción y la edición de sagas que se vuelven *best sellers* mundiales y que, en muchos casos, tienen adaptaciones cinematográficas o en formato de series, como *Bridgerton*, de Julia Quinn (Titania/Urano), *En los zapatos de Valeria*, de Elisabet Benavent (Suma/PRH), y *El tiempo entre costuras*, de María Dueñas (Planeta). Dentro de las novelas y las sagas mejores vendidas, se produjeron tendencias en torno a algunos géneros en particular, como el erótico, motivo por el cual se abrió un nicho específico, especialmente con la autora británica E.L. James (Grijalbo/Planeta) y la española Megan Maxwell (Planeta).

En los últimos veinte años, se incorporó una prolífica edición de novelas románticas escritas por autoras argentinas. En este período, hubo una creciente publicación de romances que se caracterizan, como aquellos editados en los años noventa, por emplazar los argumentos en hechos de la historia argentina. En un contexto en el que se reformuló “el modelo de negocio editorial”, dado que pasó de un modelo basado en la gestión del fondo editorial a otro enfocado en la novedad, en la rotación continua de títulos y en tiradas pequeñas (Szpilbarg, 2019, p.59), estas novelas superan el promedio de otros géneros y son un éxito de ventas. De acuerdo con la editora de PRH Julieta

Obedman, sobre quien me detendré en el próximo apartado, los *best sellers* del siglo XXI son novelas románticas y representan alrededor del 7% del mercado editorial en castellano.

La mayor representante de esta ola es Florencia Bonelli (Suma/PRH hasta 2021; actualmente Planeta)². Su lugar destacado se sostiene en el reconocimiento por haber sido una de las impulsoras del “boom de la novela romántica” en el nuevo siglo, tal como la describían las notas compartidas al inicio de este trabajo, y en el éxito comercial que tiene su producción literaria: lleva vendidos más de 4 millones de ejemplares entre todos sus libros en Argentina, cada uno de ellos promedia los 250.000 ejemplares y tienen varias reediciones. Otras autoras, como Gloria Casañas (Plaza & Janés/PRH), Viviana Rivero (Planeta) y Florencia Canale (Planeta), siguieron el legado de Bonelli y venden, en promedio, 25.000 ejemplares por libro. La mayoría tiene varias reediciones; por caso, *La maestra de la laguna*, de Casañas, publicada originalmente en 2010, tiene veintiuna. Finalmente, una variedad de autoras, editadas su mayoría en los sellos de PRH: María Border (Plaza & Janés), Camucha Escobar (Plaza & Janés), Gabriela Exilart (De Bolsillo), Anabella Franco (Vergara), Mariana Guarinoni (Vergara hasta 2018; actualmente, Ediciones B), Gabriela Margall (Ediciones B), Andrea Milano (Plaza & Janés), Laura Miranda (Ediciones B; actualmente, VeRa), Fernanda Pérez (Suma), Mirta Pérez Rey (Ediciones B), Graciela Ramos (Suma) y Magda Tagtachian (VeRa; actualmente Plaza & Janés).

Mediaciones editoriales: las editoras y la presentación social de los libros

Julietta Obedman empezó a trabajar en la editorial Emecé en 1999, cuando aún no formaba parte del grupo editorial Planeta. Allí, estuvo a cargo de la colección Grandes novelistas. Para fines de la década del noventa, cuando ella se incorporó, Emecé editaba entre cuatro y cinco novelas por mes de esta colección. Entre ellas, había novelas románticas que Obedman desconocía. De hecho, toda la “literatura popular”, tal como ella se refiere a la “literatura de género” –el romántico, el policial y el de aventuras–, le resultaba lejana.

² En junio de 2021, a través de una publicación en su perfil de *Instagram*, la escritora anunció que su próxima novela, *El hechizo del agua*, sería editada en 2022 en el sello Esencia, del Grupo Planeta. Agregó que este cambio impulsaría la publicación y/o la reedición de sus obras en España y en toda América Latina. El diario *Clarín* calificó este anuncio como “el pase del año” (Marinone Soriano, 25 de junio de 2021).

Luego de cinco años allí, fue convocada para trabajar en el sello Alfaguara, del que es actualmente su directora literaria, y a formar el sello Suma, en el entonces grupo Santillana. Cuando los grupos editoriales de origen europeo se mundializan, además de la adquisición de editoriales locales y de la importación de obras de las casas matrices, se caracterizan por incorporar autores locales a sus catálogos (Aguilera, 2013). La formación del sello Suma se inscribe en esta política. En este contexto, Obedman comenzó a tener contacto con escritoras argentinas, entre ellas, Florencia Bonelli. La autora cordobesa había editado su primera novela, *Bodas de odio*, en la editorial Javier Vergara en 1999; luego, *Marlene* en 2003 y la bilogía *Indias Blancas* en 2005, ambas en Ediciones B. “Ella, en ese momento, estaba un poco disconforme, tenía algunas dudas, algunas incertidumbres [de] si seguir ahí o no”, recordó la editora en la charla “Secretos de la edición” que tuvo lugar en el III Festival Historias que enamoran, organizado por PRH, en 2020 (Penguin Argentina, 13 de noviembre de 2020, 13m30s). Bonelli, que se había formado como contadora en Córdoba, trabajaba en el Ministerio de Economía de la Nación en ese momento y accedió a reunirse con ella en un bar de las calles Florida y Córdoba, en el centro de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. En ese encuentro, Obedman le preguntó si tenía alguna novela inédita que quisiera publicar y Bonelli le mencionó la primera que había escrito, una reescritura de la novela *El árabe*, de la autora inglesa Edith Maude Hull. Un año más tarde, en 2006, se publicó *Lo que dicen tus ojos*. A partir de ese momento, hasta 2021, trabajaron juntas en la edición de dieciocho novelas, primero en el sello Manderley y, después, en Suma.

Florencia Cambariere estudió Psicología en la Universidad de Buenos Aires e ingresó al mundo editorial en el año 2000 como coordinadora editorial de la División de libros para adultos del entonces grupo Random House, devenido, luego, en Random House Mondadori. Tres años después, se sumó a sus tareas la coordinación editorial del sello De Bolsillo y, un año más tarde, la gerencia de marketing de este mismo sello. En 2006, comenzó a ser editora senior en Sudamericana, Plaza & Janés, Grijalbo y Mondadori y, en 2011, se convirtió en la editora jefa de Roca Editorial y de los sellos recién mencionados, a excepción de Mondadori. Entre 2014 y 2021, fue directora literaria de la División Plaza & Janés del constituido grupo PRH. Desde 2018, es la directora literaria de la División comercial de libros para adultos, entre los que se encuentran los sellos Suma, Ediciones B, Vergara, Aguilar, Nova, Plaza & Janés, Grijalbo, Grijalbo Ilustrados, Roca, Conecta y Collin.

Al igual que Obedman, cuando ingresó como editora en De Bolsillo, no conocía la vasta producción de novelas románticas que circulaba en el país. Fue gracias a su trabajo en la colección Cisne y al encuentro con algunas lectoras del género que empezó a percibir su potencia. En esos primeros años dos mil, se contactaron con ella las administradoras de *Las gauchas románticas*, un foro de lectura de novelas románticas, con la intención de entrevistar a autoras y de participar en la difusión de libros –lo que en otros sectores editoriales se conoció más tarde como “colaboraciones” de las editoriales con *blogs*, cuentas de *Instagram* y de *YouTube* a cambio de reseñas y de recomendaciones (Pates, 2021)–. Cuando iban a su oficina y veían los ejemplares de la colección Cisne recién llegados de España, “se volvían locas, al punto del llanto”, según su recuerdo (Penguin Argentina, 13 de noviembre de 2020, 15m15s).

Cambariere tenía que cumplir con la demanda de editar entre veinte y treinta novelas por año dentro de esta colección. El “fenómeno” que había empezado a ver un año antes con la publicación de *Indias Blancas*, de Florencia Bonelli, el creciente número de ventas y de lectoras en las presentaciones de libros, y su relación con estas fanáticas, la impulsó a preguntarles si había alguna participante del foro que tuviese ganas de escribir. Ellas le sugirieron que hablara con una lectora muy activa, cuyo usuario era *Jazmín Nieve*. La autora detrás de este *nick* era Gloria Casañas. *En alas de la seducción*, su primera novela, se publicó en 2008. Gabriela Exilart fue la siguiente escritora que Cambariere “descubrió” y editó en 2012 con *Tormentas del pasado*.

En las experiencias de ambas editoras, se puede decir, confluyen las políticas editoriales de estos grupos transnacionales –la exportación de las ediciones de la casa matriz a sus filiales, el plan editorial que exige la edición de una determinada cantidad de títulos, la creación de sellos para la incorporación de autores locales al catálogo– con el “olfato” de editoras, es decir, la capacidad de analizar la coyuntura, de detectar temas e intereses y proponer nuevos libros y autores (Saferstein, 2021)³. En el contexto de concentración editorial, se introdujeron cada vez más criterios comerciales en la

³ La investigación de Ezequiel Saferstein que cito trabaja con *best sellers* políticos. En la edición de no ficción, es más frecuente la búsqueda y la propuesta de libros por parte de los editores que en la edición de ficciones. De acuerdo con lo que me dijo Julieta Obedman, “los libros de ficción no se suelen encargar o hacer a pedido. Eso es más del área del ensayo o de los libros de divulgación. La ficción ya llega ‘hecha’, digamos, y se la trabaja, pero no se la elige. Sí se habla con las autoras antes de ponerse a escribir, o durante la escritura, se leen partes, se leen distintas versiones”. Entonces, cabe hacer dos aclaraciones: primero, la “búsqueda de tendencias” no se da de la misma manera alrededor de ficciones y de no ficciones; segundo, que sea de diferentes modos, es decir, que no se “encarguen” novelas en torno a algún tema en particular, no niega que haya una búsqueda, una apuesta o una desestimación a géneros, temas y estilos.

producción del libro en estos grupos, que disputaron el protagonismo del “valor literario” para la construcción de los catálogos y del criterio de los editores para la selección de obras y autores. La producción con una “lógica de empresa” (Szpilbarg, 2019, p. 79) y la búsqueda de rentabilidad introdujeron la utilización de técnicas y herramientas de los estudios de mercado y permitieron la emergencia de nuevos espacios y actores dentro del proceso de edición, como el Departamento de Marketing. Sin embargo, las tareas de los editores no fueron reemplazadas, sino que los límites de sus obligaciones se ensancharon: no sólo leen y evalúan manuscritos, sino que también “captan las tendencias”, buscan la rentabilidad de sus producciones y participan de la planificación comercial de las empresas (Pates, 2021; Saferstein, 2021). Se produjo, de este modo, una profesionalización específica de los editores y directores editoriales que pasaron a constituirse en “editores activos” y “editores productores” porque proponen temas, seleccionan autores, intervienen en la escritura de los libros y participan en el diseño y la ejecución de campañas de prensa y marketing (Saferstein, 2021; Szpilbarg, 2019). Identificar un producto exitoso, como Julieta Obedman hizo con las novelas de Florencia Bonelli, o encontrar –y construir– una autora *best seller*, como Florencia Cambariere hizo con Gloria Casañas y Gabriela Exilart, las convierte en editoras “descubridoras” de tendencias (Rey, 5 de julio de 2008).

Además de diseñar colecciones y catálogos, “descubrir”, “construir” y acompañar autores, editar el texto y participar en la construcción de los paratextos, también intervienen en la circulación de estas producciones, lo que Francisco Álamos Felices (2009) denomina la “presentación social” de los libros. Para ello, se planifican estrategias de prensa y marketing editorial: la visibilización en espacios públicos a través de cartelera en las calles, los colectivos y las estaciones de subte; la presencia en los puntos de venta con afiches y señaladores; la promoción a través de *jingles* radiales, *booktrailers* y *posteos* en las redes sociales de las editoriales; la presentación oficial, evento que tiene un carácter “performático” y “ritual” (Saferstein, 2021, p. 152); y la invitación a mediadores como periodistas e *influencers* a reseñarlos y recomendarlos.

En el caso de la novela romántica, se despliega una serie de estrategias particulares para su “presentación social” así como también para potenciar el encuentro de las autoras con sus lectoras, que es planificada en conjunto por las editoras y por los departamentos

de comunicación y marketing de las empresas. Me centraré, a continuación, en la descripción de algunas actividades que desarrollan los grupos editoriales Planeta y PRH⁴.

El grupo Planeta promociona sus novedades en la cuenta @PlanetadeLibrosArgentina que tiene en *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* y *YouTube*. Allí, reúne la producción de todos sus sellos editoriales. Presenta sus libros a través de fotos y una breve referencia al contenido en las primeras tres redes sociales mencionadas, mientras que en *YouTube* lo hace a través de *booktrailers*. Asimismo, anuncia actividades programadas como presentaciones de libros y charlas con escritores.

En su canal de YouTube, organiza los *booktrailers* en listas de reproducción que responden a una clasificación genérica: “libros juveniles”, “libros de poesía”, “libros de gastronomía”, “libros feministas” son algunos de sus títulos. No hay ninguna que se denomine “libros románticos”. Aun así, aquellas autoras que las lectoras con las que trabajé reconocen haber leído están reunidas bajo la etiqueta “novela histórica”; entre ellas, las argentinas Viviana Rivero y Florencia Canale, y la española María Dueñas. Esta cuenta tomó relevancia durante la pandemia por COVID-19 dado que las presentaciones de libros y las charlas con escritores se realizaron de manera *online* y se transmitieron por este medio.

Entre estas actividades, se destaca el ciclo Verano Planeta 2021, una serie de charlas con autores que se realizaba, desde fines de los años noventa, en las ciudades costeras Mar del Plata y Pinamar. En esta edición *online*, se seleccionaron trece autores que el grupo editorial presenta como “los más renombrados de la Argentina”, entre quienes están Rivero y Canale (Planeta de Libros Argentina, 2020). También, organizó dos encuentros entre lectoras y escritoras que se podrían clasificar como “románticas”: uno, entre la autora española de libros para jóvenes Alice Keller y un grupo de lectoras argentinas (Planeta de Libros Argentina, 27 de octubre de 2021); otro, entre la española Megan Maxwell, autora de novelas románticas y eróticas, y lectoras de España, Argentina, México, Colombia, Ecuador, Perú, Chile y Uruguay (Planeta de Libros Argentina, 9 de marzo de 2021). Así, aunque la filial argentina del grupo editorial no

⁴ En el último año, V&R editoras, a través del sello especializado en la edición de novelas románticas VeRa, creó cada vez más actividades para la presentación social de sus libros, para la promoción de las autoras que forman parte de su catálogo y para la búsqueda de nuevas escritoras, que requieren atención y mayor indagación. Entre ellas, se destacan las “clases magistrales” que dieron las autoras Cristina Bajo y Patricia Suárez a través de la plataforma *Zoom* en octubre y noviembre de 2021 respectivamente. También, la primera edición del “Certamen Literario de Novela Romántica VeRa. Premio Lidia María Riba”, que premió novelas románticas inéditas. El jurado estuvo formado por las escritoras Cristina Bajo, Viviana Rivero y Patricia Suárez. La premiación se hizo en el marco de “Gala Romántica”, una actividad que la editorial organizó en la Feria del Libro de Buenos Aires el 14 de mayo de 2022.

tenga una sección de “libros románticos” ni una cuenta particular para el género, como sí lo hace con los libros para niños y jóvenes, las autoras “románticas” ocupan un lugar importante en su contenido.

Una mención especial merece la propuesta Libro Vivo, que reunió a Planeta con Google con la intención de mostrar el proceso de escritura de Viviana Rivero. El 1 de octubre de 2018, salió a la venta su libro de cuentos *Zafiros en la piel* en el sello Emecé. Una semana más tarde, entre el 8 y el 12 de octubre, se desplegaron cinco sesiones de escritura en vivo, en las que la autora escribió la *nouvelle* ¡Sólo hazlo! en un archivo de *Google Docs*, al cual tenían acceso los lectores. “Bienvenidos a la mente de una escritora”, se podía leer en el encabezado del documento (Rivero, 2018, p.1). Este proyecto tuvo varios propósitos: promocionar la novedad y sumar un nuevo relato a los incluidos en el libro, conocer la intimidad de la escritura de Rivero y de la relación con su editora Mercedes Güiraldes, e interactuar con la autora a través de los comentarios que podían agregarse al margen del documento –opción que la editorial habilitaba sólo a un grupo reducido de lectores–, y de mensajes que ella iba dejando entre los párrafos. El documento está actualmente disponible, sin el permiso para editar ni la posibilidad de leer los comentarios que los lectores habían dejado originalmente en él. En la reedición en papel de *Zafiros en la piel*, se agregó un código QR desde el cual puede accederse a su lectura.

Por su parte, PRH despliega una constelación de propuestas específicas para la “presentación social” de las novelas románticas que edita. En primer lugar, tiene una cuenta particular en redes sociales para la promoción de este género, separada de la cuenta del grupo editorial @PenguinLibrosAr. En *Instagram* y en *Facebook*, desarrolló la cuenta @HistoriasQueEnamoran, que publica fotos y reseñas breves de los libros que forman parte del catálogo, especialmente de las novedades y también de otros que ya tienen algunos años en el mercado; se realizan sorteos de ejemplares; se anuncian las nuevas publicaciones y las presentaciones de libros; se incentiva la lectura en otros formatos además del libro impreso, como el libro electrónico y el audiolibro; y se realizan encuestas –a través de la sección “historias” en *Instagram*– que apuntan a conocer algunos hábitos de las lectoras.

En segunda instancia, desarrollaron productos audiovisuales y sonoros. Uno de ellos, es la serie *online Hablemos de amor*, que reúne a cinco autoras –Florencia Bonelli, Gloria Casañas, Graciela Ramos, Gabriela Exilart y Fernanda Pérez– para hablar de sus experiencias como lectoras y como escritoras de novelas románticas. Está dividida en diez capítulos, que se publicaron entre febrero y marzo de 2018 en el canal Penguin Libros

Argentina en *YouTube*. Sentadas alrededor de una mesa con teteras, tazas de café, galletitas, *muffins* y *macarons*, estas autoras hablan del “oficio de escribir”, de sus biografías emocionales, de la educación sentimental que tuvieron a través de telenovelas y de lo que entienden por “amor” (Penguin Argentina, 2018). Otro, el *podcast Historias que enamoran*, creado en octubre de 2020 y publicado en las plataformas *YouTube* y *Spotify* (Penguin Argentina, s.f.). Cada capítulo –se estrenan dos por mes– está dedicado a una obra de reciente publicación por el grupo editorial. En cada uno de ellos, se realiza una breve reseña del libro, se reconstruye la biografía de su autora y se incluyen fragmentos de ella hablando del argumento y del proceso de escritura.

En tercer lugar, editaron antologías de cuentos que reunieron a varias autoras del grupo en el sello Plaza & Janés. En 2015, se publicó el libro *Ay, amor. Diez historias para enamorarte*. Le siguió *Ay, pasión. Historias que enamoran*, publicado en 2019. El tercer tomo de esta serie lo integra *Ay, pecados. Historias que enamoran*, editado en 2022. Entre otras, las escritoras que participan de estas publicaciones son Cristina Bajo, Florencia Bonelli, María Border, Gloria Casañas, Camucha Escobar, Gabriela Exilart, Anabella Franco, Mariana Guarinoni, Gabriela Margall, Fernanda Pérez, Mirta Pérez Rey, Graciela Ramos y Magda Tagtachian.

Por último, haré referencia a otras actividades, también tituladas *Historias que enamoran*, que se reúnen a varias autoras del género con sus lectores. Entre ellos, se realizaron charlas y presentaciones de libros en el marco de la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires en 2018, 2019 y 2022, y el Festival *Historias que enamoran* (a partir de aquí, HQE), en el que se proponen distintas actividades entre las escritoras, las editoras y las lectoras de este género.

La primera edición se realizó el sábado 4 de agosto de 2018 en el Centro Cultural Borges y la segunda, el domingo 10 de noviembre de 2019 en el Parque de la Estación, ambos en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Hubo charlas entre las autoras del grupo editorial, conversaciones entre algunas de ellas y sus editoras, venta y firmas de ejemplares. La tercera edición se realizó de manera virtual entre el 13 y el 15 de noviembre de 2020 debido a las medidas que se habían tomado, en ese momento, para mitigar los efectos de la pandemia producida por COVID-19. Durante los tres días, se estrenaron videos ya grabados en el canal de *YouTube* de PRH, con conversaciones entre escritoras y editoras, también, con recomendaciones y lecturas de fragmentos de novelas.

La comunidad de escritoras/lectoras

Estrenado el 2 de marzo de 2018, con el título “Comunidad de lectoras”, el capítulo 8 de la serie *online Hablemos de amor*, a la que me referí previamente, muestra la conversación entre Florencia Bonelli, Gloria Casañas, Graciela Ramos, Gabriela Exilart y Fernanda Pérez en torno a su construcción como escritoras y a su lugar dentro de la producción literaria de romances. A continuación, a riesgo de que el fragmento desborde las recomendaciones de extensión de una cita, transcribo los primeros minutos del capítulo:

Ramos: El otro día una lectora me preguntaba por qué nosotras marchamos juntas.

Pérez: ¿Cómo marchamos juntas?

Ramos: Marchamos juntas en este oficio, como estamos compartiendo ahora.

Bonelli: Porque, en realidad, fuimos lectoras primero. Para mí, somos lectoras primero. Yo me considero lectora. Entonces, somos lectoras que algunas nos pusimos a escribir y seguimos siendo un grupo de lectoras, que nos encontramos, por suerte, porque antes leíamos romántico un poco a escondidas, porque nos daba un poco de vergüenza, con esas tapas que, no me olvido, eran un horror.

Pérez: Yo creo que en todos los géneros debe existir esta especie de compañerismo.

Exilart: No sé, eh.

Ramos: Está bien que cambian las épocas y la globalización y [se] permiten un montón de cosas más, y también, esto nos dicen a nosotras cuando estamos en las presentaciones, que vamos juntas, que nos juntamos, que conversamos.

Casañas: Yo creo que esto de las redes sociales cambió mucho la forma de relacionarse porque es más fácil decirle a alguien “mirá, yo soy fulana de tal, te estoy leyendo, también tengo una novela, estamos escribiendo sobre lo mismo”, es decir, eso no lo podrías decir nunca en otra época donde no hubiera ese contacto.

Bonelli: De hecho, vos y yo nos conocimos así. Glorita fue la primera lectora que a mí me escribe.

Ramos: ¡Ay, me muero de amor!

Bonelli: Yo guardo el mail de Glorita y cada tanto voy y lo controló que siga estando.

Casañas: Yo había leído Bodas de odio, que había salido en Ediciones B, ¿no?

Bonelli: Ediciones B, sí.

Casañas: Y me había encantado y me había sorprendido que fuese una escritora argentina que escribiera sobre una historia propia y después mi hermana, Fabi, me había dicho “vos sabés que yo vi otro libro de esta autora, pero ahora no me acuerdo dónde lo vi”. Estábamos en Mar del Plata y nos recorrimos todo Güemes y todo Alem buscando ese libro y lo encontramos y era Marlene.

Pérez: Igual creo que ellas, pienso en Cristina Bajo, que han sido como las “referentes” del género, son muy generosas. Entonces, creo que eso ha generado que quienes venimos por detrás respondamos de la misma manera porque, yo digo, es un ambiente muy cálido. Nosotras hacemos

chistes de que la gente debe pensar que nos odiamos, pero lo cierto es que no es así, nos queremos de verdad.

Casañas: El otro día, en el homenaje en el Tortoni, una lectora dijo eso: “¡Qué lindo es ver a las autoras juntas, que nos iluminan con la amistad que tienen!” porque les das el ejemplo de que se puede ser amigo...

Pérez: Somos como un colectivo, ese término tan moderno, somos como un colectivo, que, en realidad, cada una crea desde su lugar, de su tiempo, de su estilo, de su forma... como un colectivo literario de alguna manera, que es muy valioso porque, además, yo pienso, sería tremendo ser uno solo, ¡qué embole!

Ramos: Yo disfruto mucho de esto, disfruto de leerlas. Las leo apenas sale el libro voy y las leo. (Penguin Argentina, 2 de marzo de 2018, 10s-3m15s)

En esta conversación, las escritoras construyeron una genealogía del género romántico, trazada entre las figuras de Bajo, Bonelli y Casañas como sus “referentes” y las que “vienen detrás”. En este entramado, se proyectaron a sí mismas como parte de una “comunidad” y de un “colectivo”, que no es sólo literario sino también afectivo. Es decir, escriben el mismo género y forman parte de un mismo grupo editorial y, además, tejen afectividades, colaboraciones y reconocimientos mutuos. En parte, de acuerdo con la hipótesis de Bonelli, que es resaltada en el título del capítulo, que exista un colectivo de escritoras es posible en la medida en que se reconocen como “lectoras”. Esto supone que ser lectoras de novelas románticas las pone en contacto con otras que comparten esta condición, a diferencia de lo que sucedía antes cuando “leían a escondidas”.

Esta idea ha sido expuesta por la autora también en otras oportunidades, como en la entrevista que le hizo su entonces editora Julieta Obedman en la primera edición del Festival HQE. Allí, sostuvo que, entre las mujeres, se “ocultaba” que leían novelas románticas y que el “orgullo” que se muestra ahora por ser lectoras del género es novedoso. En este sentido, Obedman, en la conversación que tuvimos, opinó que antes eran “lectoras – islas” porque leían en soledad y no tenían espacios de encuentro entre ellas. Para empezar a formar una “comunidad”, fue muy importante la actividad *online* que desplegaron las lectoras. En un momento en el que forraban los libros que leían porque sus tapas, con fotografías de modelos musculosos y mujeres semidesnudas, les daban vergüenza y no les parecían apropiadas para mostrar en espacios públicos, se volcaron a la participación en foros y *blogs* en los que comentaban sus lecturas –el más destacado en nuestro país fue *Las gauchas románticas*– y, luego, a encontrarse en bares y cafés.

La comunicación que habilitaron las redes sociales no sólo posibilitó el encuentro entre las lectoras, sino también entre las lectoras y las escritoras. En el fragmento compartido previamente, se menciona que Gloria Casañas se comunicó por *e-mail* con Bonelli para “contarle que escribía”. Años más tarde, también lo hizo Gabriela Exilart. “*El cuarto arcano* me cambió la vida”, dice mirando a la *best seller* cordobesa en otro pasaje del mismo capítulo de la serie *online*. “Fue el primer libro tuyo que leí. Ni te conocía. Ese libro me cambió la vida porque ahí fue cuando te empecé a escribir, me animé a escribirte. Yo te conté que escribía y ella me animó”, aclara, en ese momento, cambiando la dirección de su mirada a las demás comensales de la merienda. “Me advirtió ‘mirá que es duro, mirá que es difícil’, y cinco años después yo publiqué mi novela”. (Penguin Argentina, 2 de marzo de 2018, 5m-5m22s).

Estas narraciones que hacen respecto de sus inicios como escritoras refuerzan el sentido de “comunidad” y “afectividad” que ya habían destacado a la vez que describen la “generosidad” que se le reconoce a Bonelli y la impronta que impregnó al colectivo de escritoras de novelas románticas. Asimismo, deja huellas del movimiento que se produjo en el sector editorial local al que me estuve refiriendo. Dicho en otras palabras, permite visualizar el campo de posibilidades que se había abierto para la multiplicación de publicaciones de este género que hicieron que “cinco años después” de un primer acercamiento a la escritura, una lectora se convirtiera en autora.

Las tramas entre editoras, autoras y lectoras

Las actividades desplegadas por parte de las editoriales que hasta aquí he mencionado ofrecen pistas del modo en que se construye y se presenta la “novela romántica” en nuestro país. Propongo, entre otras posibles, dos dimensiones para pensar este aspecto. En primer lugar, la construcción de estas novelas como un producto segmentado, en particular en PRH, que se vislumbra no sólo en la clasificación genérica como “novela romántica” –y, en algunos casos, también, como “novela histórica”–, sino, sobre todo, en las estrategias de “presentación social” y de circulación de estos libros. La creación de una cuenta en redes sociales propia, separada del grupo editorial, así como de productos comunicacionales y actividades específicas que vinculan el mundo editorial con las lectoras, opera en un doble sentido: contribuye a delimitar el género a la vez que segmenta a su público lector. Es decir, aun cuando son libros publicados por editoriales que se caracterizan por organizar su catálogo con una impronta comercial y por pensar en públicos masivos y diversos, se “singularizan” sus lectores, a partir de construir un perfil

no homogéneo ni pasivo, en este caso, de lectoras a quien dirigir la propuesta editorial (Saferstein, 2021, p. 92). Vale decir que esta segmentación no responde a una lógica estandarizada de la casa matriz española ni se utiliza del mismo modo para otros géneros literarios y otros públicos lectores. Al contrario, se construye especialmente para el público local a través de estrategias específicas como las antes mencionadas, que se condensan en la creación de “Historias que enamoran” como una marca, y de la selección de escritoras locales para que participen en ellas.

En segundo lugar, la relación que se teje entre editoras, escritoras y lectoras. Por un lado, el desconocimiento inicial que las editoras Julieta Obedman y Florencia Cambariere tenían de las características y autores del género, sumado al reconocimiento de un saber especializado en las lectoras, hicieron que ellas tuvieran un lugar destacado en la planificación de este fenómeno editorial. “Nos fueron guiando”, afirmó Obedman en la charla “Secretos de la edición” que tuvo lugar en la tercera edición del Festival HQE. Estas mujeres se volvieron “lectoras profesionales”, como las definió Cambariere en esa misma charla, debido a que leen extensiva e intensivamente, “marcando, con el lápiz, cada error y cada detalle” (Penguin Argentina, 13 de noviembre de 2020, 18m52s);

Por otro lado, la relación que se construye entre las lectoras y las escritoras. Como mencionaba previamente, las actividades que proponen tanto Planeta como PRH hacen hincapié en esta dimensión: desde la ilusión de cercanía que da formar parte del proceso de escritura de Viviana Rivero hasta la posibilidad de encontrarse y conversar con las autoras en el Festival HQE, que descomprime el formato tradicional de presentación y de firma de libros. Las propias autoras también desarrollan estrategias personales de vinculación con las integrantes de su público lector. Como vimos, Florencia Bonelli ha destacado la importancia de haber agregado su casilla de *e-mail* en la solapa de sus libros y de contestar cada uno de los mensajes que le llegaban en sus primeros años como escritora. En las novelas que publicaba Corín Tellado, solían incluirse mensajes en forma de cartas que la autora les dejaba a sus lectoras con la intención de crear la sensación de que las unía un vínculo personal y afectivo (Ehart, 1974). Por ello, para finalizar, me aventuro a decir que esta modalidad, lejos de ser novedosa, es una marca del género: las estrategias que las editoriales despliegan para la “presentación social” de estos libros, con ahínco en el encuentro y la ilusión de cercanía entre las editoras, las escritoras y las lectoras, recuperan formas de relacionarse que tiene su público lector.

Bibliografía

- Aguilera, S. (2013). Políticas públicas en cultura, una condición necesaria para la democratización del libro y la bibliodiversidad. *Comunicación y Medios*, 27, 147-157.
- Botto, M. (2006). 1990-2000: La concentración y la polarización de la industria editorial. En De Diego, J. L. (dir.). *Editores y políticas editoriales en Argentina, 1880-2000* (pp. 209-249). Fondo de Cultura Económica.
- De Diego, J. L. (dir.). (2006). *Editores y políticas editoriales en Argentina (1880-2000)*. Fondo de Cultura Económica.
- De Diego, J. L. (2015). *La otra cara de Jano. Una mirada crítica sobre el libro y la edición*. Ampersand.
- Ehart, V. (1974). Corín Tellado: la cenicienta en la sociedad de consumo. *Revista Crisis*, (9), 71-80.
- Pates, G. (2021). 'El mercado es como la marea'. Editoriales, editores/as y literatura juvenil en Argentina. *Revista Bedebec*, 11(21), 86-109.
- Saferstein, E. (2021). *Best seller. ¿Cómo se fabrica un best seller político?* Siglo Veintiuno Editores.
- Szpilbarg, D. (2019). *Cartografía argentina de la edición mundializada*. Tren en movimiento.
- Tosi, C. (2019). Marcas discursivas de la diversidad. Acerca del lenguaje inclusivo y la educación lingüística: aproximaciones al caso argentino. *Revista Álabe*, 20, 1-20.

Notas periodísticas

- Marinone Soriano, M. B. (25 de junio de 2021). El pase del año: Florencia Bonelli cambia de editorial. *Clarín*. https://www.clarin.com/cultura/pase-ano-florencia-bonelli-cambia-editorial_0_pDoZrzjjq.html
- Rey, A. (5 de julio de 2008). El amor nunca muere y vende cada vez más. *La Nación*. <https://www.lanacion.com.ar/cultura/el-amor-nunca-muere-y-cada-vez-vende-mas-nid1026394/>
- Suárez, P. (13 de febrero de 2020). El boom de las novelas románticas en tiempos de feminismo. *Revista Viva, Clarín*. https://www.clarin.com/viva/boom-novelas-romanticas-tiempos-feminismo_0_Hjl0BXnq.html

Redes sociales y sitios webs

- Florencia Bonelli [@flor_bonelli_escritora]. (23 de junio de 2021). Florencia Bonelli publicará su próxima novela con Esencia. [Publicación]. *Instagram*. https://www.instagram.com/p/CQdpk_uFW_m/
- Grupo Planeta Argentina [@planetadelibrosar]. (s.f.). *Publicaciones*. [Perfil de Instagram]. <https://www.instagram.com/planetadelibrosar/>
- Historias que enamoran [@historiasqueenamoranarg]. s.f. *Publicaciones*. [Perfil de Instagram]. <https://www.instagram.com/historiasqueenamoranarg/>
- Penguin Argentina [@penguinlibrosar] (s. f.). *Publicaciones*. [Perfil de Instagram]. <https://www.instagram.com/penguinlibrosar/>
- Penguin Argentina [@penguinlibrosargentina]. (s. f.). *Videos*. [Canal de YouTube]. <https://www.youtube.com/c/PenguinLibrosArgentina>
- Penguin Argentina. [@penguinlibrosargentina]. (2018). *Hablemos de amor*. [Serie *online*]. <https://youtube.com/playlist?list=PL1ursJdxM-WgK9SAOQbZCj4nPqObL9Wak>
- Penguin Argentina. [@penguinlibrosargentina]. (13 de noviembre de 2020). Festival Historias que enamoran 2020. Secretos de la edición. Florencia Cambariere y Julieta Obedman [Video]. <https://youtu.be/gB5WKsstWvE>
- Penguin Argentina [@penguinlibrosargentina]. (s.f). Historias que enamoran. Un podcast de libros. [Podcast]. *Spotify*. <https://open.spotify.com/playlist/1iEjgUldVac1BbtoQNTdZD?si=6eed6b32c644486a>
- Planeta de Libros Argentina [@planetadelibrosargentina]. (s. f.). *Videos*. [Canal de YouTube]. <https://www.youtube.com/c/PlanetadeLibrosArgentina>
- Planeta de Libros Argentina [@planetadelibrosargentina]. (2020). *Verano Planeta 2021. Edición 100% online*. [Lista de reproducción]. *YouTube*. <https://youtube.com/playlist?list=PLfmjLMCh4OG5QklMxAzSxS2wDuY7-WupJ>
- Planeta de Libros Argentina [@planetadelibrosargentina]. (9 de marzo de 2021). *Megan Maxwell charla con las Guerreas por su cumpleaños* [Video]. *YouTube*. <https://youtu.be/OA19w1PFRc8>
- Planeta de Libros Argentina [@planetadelibrosargentina]. (27 de octubre de 2021). *Encuentro con Alice Kellen y lectoras argentinas* [Video]. *YouTube*. <https://youtu.be/MeMIAxxWYa8>

- Rivero, V. (2018). Libro Vivo – Zafiros en la piel – Viviana Rivero. [Documento]. *Google Docs*. https://docs.google.com/document/d/1Jt0v1NRxuBKqH3za-Y1qWkcrpdxK_YkRfx_K286Y_xM/edit?usp=sharing
- Titania [@titania.ed] (s. f.) *Publicaciones*. [Perfil de Instagram]. <https://www.instagram.com/titania.ed/>
- VeRa Romántica [@vera.romantica]. (s.f.). *Publicaciones* [Perfil de Instagram] <https://www.instagram.com/vera.romantica>