

ARTÍCULO

*Grupos editoriales transnacionales en el Perú:
dinámicas, transformaciones y desafíos en la industria
editorial peruana (2000-2024)*

*Transnational Publishing Groups in Peru: Dynamics, Transformations,
and Challenges in the Peruvian Publishing Industry (2000-2024)*

Pablo Cotrina

Universidad San Martín de Porres, Perú

pablo_cotrina@usmp.pe

ORCID: 0009-0009-7397-159X

Ezio Neyra

Universidad Adolfo Ibáñez, Chile

ezio.neyra@uai.cl

ORCID: 0000-0002-9128-7865

Recibido: 28.07.25 — Aceptado: 04.12.25

<https://doi.org/10.30920/letras.97.146.13>



RESUMEN

Este artículo analiza los efectos de la llegada de grupos editoriales transnacionales, como Planeta y Penguin Random House (PRH), en la industria del libro peruana entre 2000 y 2019. El estudio se basa en el concepto de “campo editorial” de Bourdieu y Thompson, según el cual la posición de los actores se ve influenciada por diversos capitales. Se resalta la escasa producción intelectual previa sobre la industria editorial peruana. El sector editorial peruano del siglo XX se caracterizó por su irregularidad, la falta de políticas públicas y de legislación específica, y una producción inestable. La ausencia de una Ley del Libro y la autoedición por parte de los autores limitaban la profesionalización. La entrada de transnacionales dinamizó el sector al aumentar la oferta y la circulación de libros internacionales, aunque esto generó una preferencia por el libro extranjero y evidenció la precariedad de las ediciones locales. La profesionalización del sector fue impulsada por la demanda de talento especializado y la creación de puestos de trabajo permanentes. Respecto a la internacionalización de autores peruanos, se observó un aumento en las publicaciones por sellos de PRH y su presencia en eventos internacionales como la FIL de Guadalajara. Sin embargo, a pesar de las “buenas cifras” en traducciones, se generó una “falsa esperanza” de internacionalización automática. En síntesis, la transnacionalización aportó beneficios como la planificación a largo plazo y la profesionalización, pero también causó la dilución de algunos sellos y la irregularidad en la producción local. El artículo enfatiza la necesidad urgente de estudios cuantitativos y cualitativos sobre el mercado editorial peruano para obtener conclusiones precisas sobre su desempeño e impacto.

PALABRAS CLAVE: industria editorial peruana; grupos editoriales transnacionales; campo editorial; concentración editorial; políticas públicas

ABSTRACT

This article analyzes the effects of the arrival of transnational publishing groups such as Planeta and Penguin Random House (PRH) on the Peruvian book industry between 2000 and 2019. The study is based on Bourdieu and Thompson’s concept of “publishing field”, where various capitals influence the position of the actors. It highlights the scarcity of previous intellectual production on the Peruvian publishing industry. The Peruvian publishing sector in the 20th century was characterized by its irregularity, lack of public policies and specific legislation, and unstable production. The absence of a Book Law and self-publishing by authors limited professionalization. The entry of transnational companies boosted the sector by increasing the supply and circulation of international books, although this generated a preference for foreign books and evidenced the precariousness of local editions. The professionalization of the sector was driven by the demand for specialized talent and the creation of permanent jobs. Regarding the internationalization of Peruvian authors, there was an increase in publications by PRH imprints and their presence at international events such as the Guadalajara Book Fair. However, despite the “good figures” in translations, a “false hope” of automatic internationalization was generated. In short, transnationalization brought benefits such as long-term planning and professionalization, but also caused the dilution of some imprints and irregularity in local production. The article emphasizes the urgent need for quantitative and qualitative studies on the Peruvian publishing market to obtain accurate conclusions on its performance and impact.

KEYWORDS: Peruvian publishing industry; transnational publishing groups; publishing field; publishing concentration; public policies



1. Introducción

¿Cuántas veces en los últimos años nos hemos enterado de una nueva operación de adquisición de una editorial pequeña o independiente por parte de un grupo editorial grande? ¿O de la fusión de una editorial mediana con otra más grande y de contenidos similares? La aparición, fusión y adquisición de editoriales en los países hispanoamericanos es un fenómeno continuo desde la década de 1980, que se ha estudiado en mayor o menor medida, y en el Perú, como veremos, ha habido una escasa producción intelectual alrededor de la industria del libro. Este artículo busca mostrar cómo la llegada de dos grupos editoriales transnacionales al Perú terminó impactando el mundo del libro peruano en diversos aspectos: la oferta y la circulación del libro; la profesionalización del sector editorial peruano; y la internacionalización de autores peruanos.

Antes de adentrarnos en el caso peruano, es menester tener en consideración que la edición es, como proponen Altamirano y Sarlo (1980), uno de los momentos más evidentemente sociales de la producción de libros. Por ello, no es difícil identificar la vinculación de la edición con otros agentes para lograr su razón de ser: publicar, difundir y comercializar contenidos. A los que estaban siempre —como libreros, autores, editores—, se sumaron otros nuevos desde hace algún tiempo atrás: agentes, empresarios, inversionistas privados, empresas de tecnología, funcionarios gubernamentales y, fundamentalmente, nuevos tipos de usuarios.

Este nuevo escenario de la industria editorial en el siglo XXI ha sido estudiado por el académico inglés John Thompson, quien propone que la edición, como tal, es más que un oficio o un mercado de profesionales. Es más preciso hablar de un “campo editorial”, un concepto amparado en las ideas de Pierre Bourdieu. La idea de campo editorial refiere a “un espacio estructurado de posiciones sociales que pueden ser ocupadas por actores y organizaciones, y donde la posición de estos actores y organizaciones depende de la cantidad de recursos que tengan a su disposición” (Thompson, 2012, p. 3). El planteamiento de Thompson es que considerar la edición como un campo nos permite entenderla mejor al identificar sus pluralidades. Entre las razones que sustentan su afirmación, nos concentraremos en dos. La primera nos hace pensar la edición en términos relacionales, según los cuales las acciones de los actores se basan siempre en cálculos de lo que hará o no hará la otra parte, esto es, la competencia, los lectores o los autores, u otros agentes del campo. La otra razón, quizá la más insidiosa para el contexto actual de la edición, es que el poder de un actor u organización depende del capital que posea, que puede ser económico (dinero), humano (equipo), social (redes y contactos), intelectual (derechos) y simbólico (prestigio).

Todos los tipos de capital son útiles para una editorial, y casi todas ellas tienen diferentes proporciones de cada uno, pero es difícil discutir la gran influencia que han tenido agentes externos que han incursionado en la edición con amplios capitales económicos y sobresaliente capital humano. La noción de la edición como máquina productiva y comercializable, si bien es necesaria para medir desempeños, resulta muy estrecha para sacar conclusiones que vayan más allá de las cifras. Este dimensionamiento propuesto se hace imperativo para en-

tender los roles de los distintos actores que lo conforman y, por otro lado, examinar sus variables concretas para entenderlas como un conjunto.

Para efectos de este análisis, entendemos la profesionalización no solo como la mejora técnica del objeto libro, sino como la consolidación de posiciones especializadas dentro del campo que permiten la acumulación de capital humano y simbólico de manera estable. Por su parte, la internacionalización se define como la capacidad de un autor para circular en mercados extranjeros, un proceso que en el sistema-mundo de la traducción suele estar mediado por la acumulación de capital simbólico en lenguas centrales.

2. Metodología

Para alcanzar los objetivos de este estudio, se empleó un enfoque cualitativo de carácter descriptivo-analítico que permitió contrastar los datos macroeconómicos con las trayectorias y percepciones de sus protagonistas. La investigación se articuló sobre tres pilares fundamentales: en primer lugar, el análisis documental, al realizar una revisión exhaustiva de informes gremiales de la Cámara Peruana del Libro (años 2002, 2007, 2013 y 2017) y diagnósticos del CERLALC; en segundo lugar, a través del seguimiento bibliométrico se analizaron los datos con registros de ISBN y el análisis de catálogos históricos de sellos como Emecé, Seix Barral y Alfaguara; finalmente, se llevaron a cabo entrevistas semiestructuradas con editores (tanto de filiales transnacionales como de sellos independientes), libreros con amplia experiencia en la circulación de fondos locales y extranjeros, y autores con experiencia de publicación en ambos modelos editoriales, logrando capturar matices sobre la profesionalización y la “falsa esperanza” de internacionalización que las cifras comerciales suelen omitir.

El tratamiento de la información empleó las categorías de capital económico, humano, simbólico y social propuestas por Bourdieu y Thompson para construir una mirada crítica sobre la industria editorial peruana de las últimas dos décadas. Este análisis se centra específicamente en el subcampo de edición de interés general (ficción y narrativa contemporánea), sector donde la incursión de grupos transnacionales ha sido más agresiva. A diferencia del ámbito académico, la ficción en el Perú muestra hoy una marcada polarización: la hegemonía de la gran escala corporativa frente a la resistencia de las editoriales independientes de nicho.

3. Panorama del campo editorial peruano del siglo XX: un contexto de desafíos

La mayoría de los estudios que se han hecho sobre el campo editorial peruano han girado en torno a sus nociones y componentes (Antonioli, 2006), la competitividad (Huisa, 2016) e información gremial sobre la producción y la comercialización (CPL, 2003, 2007, 2013 y 2017) con intervalos irregulares; además de publicaciones del Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLALC), que permite obtener miradas comparativas sobre países iberoamericanos (2020). Aún existen escasos estudios especializados en la evolución y trayectoria de las editoriales peruanas y, dentro de estas, en

el estudio de su producción o los cambios de propiedad. Esta falta de revisiones cualitativas históricas opaca el hecho de que el campo editorial nacional posee antecedentes de un marcado compromiso social e intelectual. Como bien anotan Vich y Mariátegui (2023) al analizar el origen de la edición moderna en el país a través de la figura de José Carlos Mariátegui, “Mariátegui la entendió como una intervención en la esfera pública [...] Entendía que las publicaciones estaban destinadas a enriquecer el pensamiento, generar ideas nuevas y articularse con las organizaciones sociales” (p. 62). Así, antes de la primacía contemporánea de los grandes conglomerados, la edición en el Perú se fundó bajo una fuerte impronta de capital simbólico.

Son inexistentes también los estudios dedicados al impacto que tuvo la llegada de transnacionales de la edición al Perú. Pero antes de adentrarnos en el análisis de la llegada de estos grupos editoriales, consideramos valioso hacer un recorrido panorámico por algunas características del campo editorial peruano del siglo XX, tarea que, por cierto, no es sencilla, sobre todo debido a la principal barrera con que uno se encuentra: la ausencia de información de calidad. Estudios pioneros como el de Antonioli (2006) o de Olaya (2003) dan cuenta de esta problemática, pero también construyen una caracterización general de la industria editorial peruana, por lo menos a partir de la década de 1960.

En líneas generales, se trató de un campo editorial caracterizado por la irregularidad y la falta de políticas públicas culturales y marcos legislativos apropiados para contribuir a su desarrollo. La producción de libros fluctuó considerablemente a lo largo de las décadas, sin mostrar una tendencia clara de crecimiento sostenido, como sí ocurría en otros países de la región como Argentina o Brasil (Olaya, 2003). Datos de producción muestran cifras variables: 916 títulos en 1960, que descendieron a 766 en 1980 y 518 en 1985, para luego subir a 894 en 1990 y alcanzar picos en 1994 (1993 títulos) y 1996 (3478 títulos), pero volviendo a caer en 1997 (1416 títulos) (Olaya, 2003, p. 155). Esta inestabilidad daba cuenta también de la ausencia de un marco legal específico y promotor de la lectura y de la industria editorial.

A nivel de asociatividad y trabajo gremial, se contaba, como informa Antonioli (2006), con la Cámara Peruana del Libro, nacida en 1946, y, ya entrado el siglo XX, con la Cámara Peruana de Editores, que dio continuidad a la Cámara Peruana de la Industria Editorial (CAPERIAL) de 1979. Por otro lado, si bien, por ejemplo, la ya mencionada Ley de Promoción Industrial promulgada en 1950 había tenido un impacto positivo en el campo editorial y otras industrias, no fue sino hasta el nuevo milenio que aparecieron las primeras legislaciones específicas enfocadas en el fomento del libro y la lectura. Por ello, una constante en el período fue la “falta de una Ley del Libro que promueva ediciones populares para la población y fomente el hábito de la lectura en el ámbito local, regional y nacional” (Olaya, 2003, p. 153). De hecho, varios proyectos de ley presentados desde los años ochenta no prosperaron, a menudo observados por instancias económicas debido a las exoneraciones tributarias que proponían. Como señalaba Boris Romero Ojeda en 1998, “De ser grandes exportadores de libros a principios de los años ochenta, nos hemos convertido ahora en impor-

tadores [...] a pesar de todas las iniciativas [...] la ley no se promulga y sigue durmiendo el sueño de los justos” (citado en Olaya, 2003, p. 157).

Ahora bien, la falta de normas y políticas en favor del libro y la lectura no significó que no hubiera iniciativas de gran importancia durante el siglo XX peruano; por ejemplo, el Patronato del Libro Peruano fundado por Manuel Scorza y auspiciado por Manuel Mujica Gallo en 1956, o la colección Populibros Peruanos, liderada también por Scorza. También destacó el trabajo sostenido de Juan Mejía Baca, librero, editor, defensor de los derechos de autor y gestor de diversas iniciativas de fomento del libro y la lectura, tal como su labor en la librería que llevaba su nombre, que se convirtió en un epicentro cultural de la capital peruana, y la creación de Ediciones Populares, con tirajes de hasta 50 000 ejemplares.

Poco parecía haber cambiado desde las apreciaciones de José Carlos Mariátegui a fines de la década de 1920. En 1928, en la revista *Mundial*, había declarado: “Los autores no encuentran editores. Deben escoger entre publicar sus libros por su propia cuenta a pura pérdida o quedar inéditos sus originales hasta su completo envejecimiento” (Mariátegui, 1928, p. 41). Ideas similares se encuentran en el historiador Jorge Basadre, quien en 1938 afirmó: “el Perú no se encuentra entre los países que tienen una posición privilegiada desde el punto de vista editorial. [...] falta ahora el tipo de editor en el sentido verdadero de la palabra y falta el tipo del gran librero” (p. 67). La tríada de opiniones sobre el estado del libro peruano a lo largo del siglo XX se cierra de la mano de Sebastián Salazar Bondy, quien, en su columna de 1954 en *La Prensa*, afirmaba que “el problema del libro peruano es gravísimo” (Salazar Bondy, 2021, p. 20).

La estructura misma del sector era particular. Ante la falta de apoyo y los altos costos, era común que el propio autor asumiera roles adicionales: “en nuestro medio, el autor se transforma en editor para disminuir los costos y finalmente, en distribuidor y vendedor de sus libros o publicaciones periódicas” (Olaya, 2003, p. 153). Esta situación no alentaba la profesionalización y especialización del sector. En cuanto a la distribución, se trataba de otro factor crítico y marcadamente centralizado en Lima que descuidaba las provincias y zonas rurales. Finalmente, el propio sector adolecía de una falta de información sistemática sobre sí mismo, dificultando la toma de decisiones estratégicas y la formulación de políticas públicas basadas en datos concretos. Como reflexionaba Tomás Granados Salinas, “La industria editorial no suele ser tema de interés de la industria editorial” (citado en Antonioli, 2006, p. 9), una ironía para un sector dedicado a la difusión del conocimiento.

Como puede apreciarse, y a diferencia de las sólidas políticas de fomento en países como Argentina o México, el campo editorial peruano ha operado históricamente con una participación estatal tardía y fragmentada. No es sino hasta la consolidación del Ministerio de Cultura y la implementación de la Dirección del Libro y la Lectura que el Estado asume un rol activo. No obstante, este apoyo se inserta en un campo ya hegemonizado por el capital económico de los grupos transnacionales. Mientras los estímulos estatales suelen fortalecer la base de la pirámide (autores noveles y editoriales independientes, principalmente), no logran equilibrar las tensiones del mercado, ya que las filiales globales

poseen una capacidad instalada de distribución y comercialización que el sector público aún no alcanza a democratizar de manera efectiva.

4. Dinámicas globales y locales de concentración editorial

Thompson (2012) también estudió la irrupción de las corporaciones editoriales en los inicios del siglo XX y, si volvemos a las formas de capital acumulado de las editoriales que plantea, comprobamos que se dilucidan múltiples estrategias para gestionarlas. Como muestra de acciones para enfrentar el fin de ciclo del capital humano que distingue la trayectoria de una editorial, señala cómo estas corporaciones entraron en crisis a mediados del mismo debido a que sus fundadores empezaban a retirarse y pensaron en formas de asegurar el futuro de sus compañías y de disfrutar del patrimonio obtenido durante su vida activa. El cambio de liderazgo abrió la puerta a nuevas posibilidades de operación empresarial, diversificación en otras industrias, la búsqueda de financiamiento y la necesidad de competir al mismo nivel con otras corporaciones. Todas estas son acciones legítimas para dar continuidad al capital económico, que nunca es ilimitado, y hasta volátil sin liderazgo preparado. En ese escenario, argumenta siempre Thompson, la primera ola de fusiones surgió desde 1960 hasta 1980 porque era una manera efectiva de resolver ese conjunto de problemas.

Las razones para la llegada de grandes grupos a un país no radican solamente en el ejercicio de poder de los grandes sobre los pequeños. Hay múltiples razones que las gatillan. En principio, estas operaciones se dan en forma de adquisiciones o fusiones entre dos compañías con un interés común. En el campo editorial latinoamericano, han sido principalmente horizontales, pues implicaban una operación de empresa a empresa del mismo rubro. Este tipo de operaciones puede reflejar uno de los aspectos más controversiales en el campo editorial: la concentración.

Como variable del campo editorial, la concentración es el resultado de una serie de operaciones de adquisición o fusión entre editoriales que incrementa la participación que estas tienen en el sector. Sin embargo, en formas estrictas, la concentración se mide como el porcentaje de la actividad sectorial total a partir de los ingresos totales, que frecuentemente son controlados por las empresas más grandes del sector (Mascareñas, 1997). Asimismo, la concentración editorial fue abordada por Schiffrin (2001) en su famoso libro *La edición sin editores*, quien tomó nota de un cambio fundamental: el capital económico antes que el capital simbólico. Este cambio se daba de un momento a otro en una industria en la cual por mucho tiempo el capital simbólico generaba el capital económico (Paéz, 2021). Las editoriales necesitaban capital fresco para funcionar y la edición abrió sus puertas a capitales externos que venían con sus propias exigencias, tal como lo demanda la dinámica de las inversiones.

Una de las estrategias preferidas por las editoriales es el sondeo de posibilidades de fusión y adquisición como una forma de incrementar el volumen de negocio de las editoriales mediante la absorción de otras; de este modo pueden adquirir sus comunidades de lectores y tomar sus ganancias sin empezar desde cero en un mercado nuevo, aprovechando su experiencia ganada y estructura definida. Este fenómeno en la industria editorial ha sido estudiado por Greco

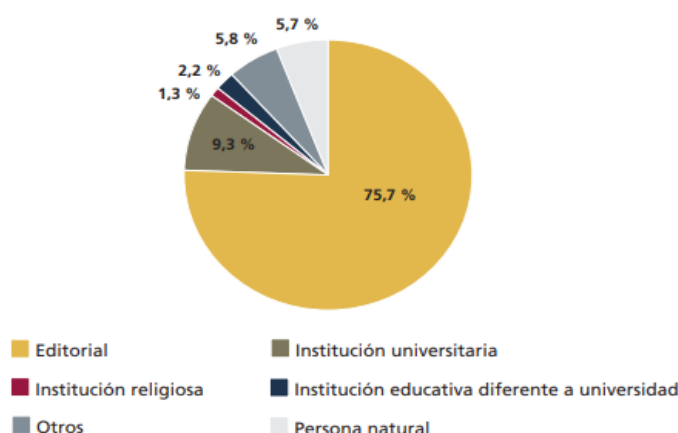
(1999), principalmente enfocado al contexto estadounidense. A su vez, las fusiones y adquisiciones se plantearon como alternativa para empresas que tenían alto endeudamiento y que contaban con comunidades específicas de lectores con amplios márgenes de mejora, como, por ejemplo, editoriales de libros para niños y de interés general (gastronomía, no ficción, salud). Los casos de adquisición de Sasquatch Books por Penguin Random House ejemplifican la absorción de una editorial pequeña por una grande gatillada tan solo por el potencial de la primera, bajo la consigna de mantener su propia identidad (Milliot, 2017).

Para los casos de editoriales pequeñas o independientes, las fusiones o adquisiciones entre editoriales también eran mecanismos válidos para garantizar la subsistencia de su capital simbólico en el mercado y en las comunidades de lectores donde tenían presencia. Esto se materializaba a través de la incorporación de su marca, catálogo y personal dentro del portafolio de una compañía editorial más grande, capaz de soportar con su estructura todos los gastos de una operación editorial y mantener una producción coherente en el tiempo. El control, factor tan ansiado por estas, se diluía, en distintos niveles, en otros actores de la compañía editorial adquiriente, tal como ocurrió en el caso de Norma cuando fue adquirida por Santillana en 2016.

Las operaciones de fusión en compañías editoriales globales han tenido una repercusión en las decisiones y el trabajo de sus filiales hispanoamericanas. Sin embargo, a pesar de valiosos aportes (De Diego, 2012), hay una ausencia de estudios sólidos y correctamente documentados que exploren con mayor detenimiento las fusiones y adquisiciones en la región. Ejemplos destacados incluyen la compra de Alfaguara por Santillana en 1980 y la adquisición de Seix Barral y Ariel por Planeta en 1982, como intentos concretos de aumentar capital intelectual —el catálogo confeccionado— para monetizarlo. No hay información validada en Latinoamérica o Perú sobre el porcentaje de participación de editoriales con nombre propio, pero sí la hay sobre el tipo de agente editorial, llámese el tipo de contenidos que publican:

Figura 1

Porcentaje de títulos registrados por agente editorial en Perú

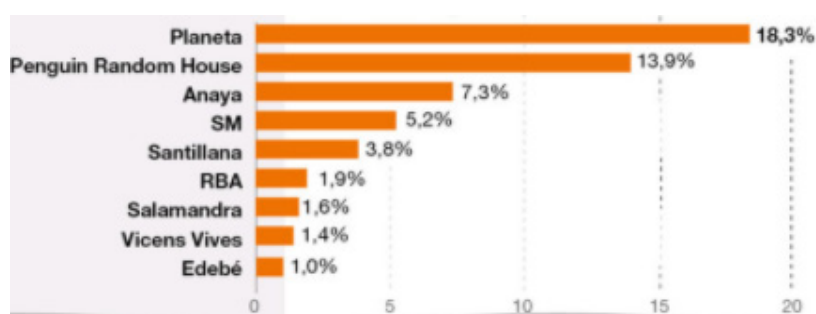


Fuente: Cámara Peruana del Libro, 2017

La razón de la ausencia de estudios sobre el libro peruano y la medición de su comportamiento parte tanto de la insuficiente financiación pública o privada de dichos estudios como de la priorización de la información comercial. La principal razón de la ausencia de información contrastada sobre la participación de las editoriales peruanas grandes, medianas o las filiales locales de transnacionales es la resistencia de estas a divulgar las cifras oficiales de sus negocios o resultados, ya sea por razones estratégicas o la ausencia de esta unidad de análisis en las mediciones gremiales. Por contraste, estas sí aparecen en los resultados anuales de un mercado como el español, que reúne varios de los mismos actores en Latinoamérica:

Figura 2

Porcentaje de participación de editoriales en el mercado editorial de España en 2017



Fuente: Alós (2017), basado en el Informe de Comercio Interior de la Federación del Gremio de Editores de España del mismo año

En la figura anterior, el negocio de las cinco primeras editoriales suma el 48,5 % del total del mercado de España. Al mismo tiempo, se trata de cinco grupos editoriales que desarrollan un modelo de importación para dejar una huella consistente en Latinoamérica con sus catálogos y capital simbólico.

Por grupo editorial entendemos una matriz que agrupa a un conjunto de compañías también editoriales con distintas identidades y contenidos, pero con un propósito compartido. En su sentido estricto, todavía se trata de grupos empresariales que incluyen compañías de actividades relacionadas con la edición de contenidos en soporte analógico y digital, como también compañías de medios televisivos, audiovisuales, de formación educativa, de distribución y, en algunos casos, hasta de servicios industriales relacionados, como la impresión y la tecnología.

La noción inmediata que tenemos de un grupo editorial es la presencia y el trabajo que hacen en nuestros países las filiales o sucursales regionales de estos grupos en Latinoamérica. No obstante esta visible realidad y la creencia común, una filial local de un grupo editorial en Latinoamérica funciona de manera autónoma, con solo algunos casos de forma subsidiada. Ponen a su favor su identidad, capital relacional y capital simbólico para lograr su misión, pero esto no implica que representen o usen en sus operaciones locales todo el poder y los recursos del grupo al que pertenecen.

Lo que no está en discusión es que estos grupos editoriales influyen directa o indirectamente en el comportamiento del campo editorial. Surgen entonces las preguntas: ¿de qué manera la presencia de estos grupos editoriales en el Perú ha impactado en la práctica en el campo editorial en los últimos 25 años?; ¿qué hitos significativos ocurrieron en la industria editorial peruana como resultado de la llegada de estos grupos editoriales? Para responder a estas interrogantes, reconstruiremos dos casos que encontramos significativos en el campo editorial y los efectos que tuvieron durante el tiempo en que ocurrieron. Pero antes de ello, propondremos una descripción del campo editorial peruano del siglo XX.

5. La llegada de los grandes grupos editoriales al Perú: Planeta y Penguin Random House

A partir de la década de 1990, las filiales de Santillana y Planeta incursionaron en el mercado editorial peruano e iniciaron nuevas dinámicas y efectos sobre la oferta local. Varios actores del mundo del libro entrevistados para el presente artículo dan cuenta de cómo la llegada de estas editoriales contribuyó con la dinamización del sector, pues trajeron mayor variedad de libros y autores internacionales, y facilitaron la adquisición de títulos actualizados. Al llegar a librerías un mayor número de editoriales, empezó a accederse más fácilmente a autores de amplia lectoría, pero de difícil acceso antes de aquellos años. Se contribuyó, en consecuencia, a dinamizar las visitas a las librerías y, en general, al sector librero, pues tuvieron que adoptarse a nuevas condiciones comerciales, como los pedidos mínimos, las devoluciones y la gestión de stock.

Planeta, tal como la editorial que conocemos, es solo una de las unidades de negocio de un gran conglomerado español de edición y medios, con vida desde 1949. Entre estos negocios, se ocupan de la edición en papel y digital, plataformas educativas, radio y audiovisual. Como es habitual en las organizaciones conglomeradas de medios, apelan con frecuencia a la fusión y adquisición como estrategia para el aumento de sus negocios y de sus lectores. Entre los libreros y editores entrevistados para este artículo, hay coincidencia en que los lectores fueron los principales beneficiados gracias a la llegada de una variada oferta de autores y editoriales internacionales, con propuestas con visibilidad transnacional y propósitos que excedían la generación de ingresos o la transmisión de ideas. Se trataba de editoriales que contaban también con el posicionamiento de un proyecto editorial dentro de una nueva comunidad de lectores y la confección de una lista de autores de características similares dentro de la propia unicidad de sus obras.

La presencia de Planeta en Perú empezó con la importación de títulos en la década de 1990 y la implementación de una filial local. La incorporación de sellos temáticos, como consecuencia de las adquisiciones de la matriz, les heredó catálogos y autores que gestionar y cuya continuidad garantizar, junto con el manejo de la circulación de las obras de un país a otro como resultado de las redes de distribución en la región; esto es, capital intelectual robusto para operar y un capital social validado por los lectores. Como lo refiere uno de los editores entrevistados:

En un momento estábamos las tres: Santillana, Planeta y Norma. Era muy divertido. Había que ponerse más creativo para proponer temas y capturar autores. Y luego Planeta empezó a llevarse a mis autores: Sacha Barrio, Josefina Barrón, luego Inés Temple. Tocaba inventarse autores y temas y pensar si iban a funcionar. No había regalías suficientes para tener autores. (Rubén Silva, 17 de junio de 2025, entrevistado por Pablo Cotrina)

Desde el punto de vista de la producción, esta incorporación abre paso a la cuestión de cómo planificar, producir y alimentar anualmente estos sellos con coherencia y dinamismo. En el caso específico de Planeta, se agrupan bajo su matriz sellos con amplias comunidades de lectores o de larga tradición editorial en habla hispana. Espasa Calpe, Seix Barral, Destino o Emecé poseen listas de autores y títulos que configuran capital simbólico e intelectual relevantes.

En cuanto al otro grupo materia de análisis de este artículo, en 2013, un anuncio cambió el rumbo del sector editorial en el mundo, incluyendo al Perú. La editorial estadounidense Random House, perteneciente al grupo alemán de medios Bertelsman, se fusionó con la editorial británica Penguin, de propiedad estadounidense. Configuraron la nueva entidad Penguin Random House, cuyo objetivo era formar un grupo editorial multitemático que reunía a más de 300 sellos (Frieria, 2019). Dicha noticia llegó con potencia, pero no con sorpresa, debido a la proliferación de operaciones de adquisición y fusión de editoriales experimentada en distintas partes del mundo. La motivación era fusionar los capitales simbólicos, intelectuales y de trabajo de dos editoriales de altísima facturación y penetración mundial, especialmente en mercados de lengua inglesa, con la finalidad de aumentar el volumen global de su negocio y maximizar sus beneficios.

La primera línea de impacto de esta operación fue que, en 2014, Bertelsman integró en su portafolio a Santillana, la editorial de referencia y con huella en más de 18 países de América Latina, cuya operación se mantiene separada de la nueva entidad. La segunda estaba en que la operación incluía la incorporación a esta nueva entidad de uno de los sellos ya consagrados en el mercado editorial de lengua española, Alfaguara. Una de las consecuencias de esta nueva herencia era que, desde ese momento, los autores e historias de estos sellos pasaban a las filas de una nueva escudería. Las novelas de Mario Vargas Llosa y otros miembros del canon latinoamericano, como Carlos Fuentes o Gabriel García Márquez, se convirtieron en patrimonio de una nueva entidad editorial.

En Perú corrían los últimos meses de 2013 al momento del anuncio, pero el efecto en el país se hizo sentir a inicios de 2015. En aquel entonces, la filial peruana de Penguin Random House Grupo Editorial (PRHGE) había culminado el siempre complejo trabajo de operativizar un cambio de entidad y de nombre en uno de los países de operación. Durante todo el 2015 empezaron los primeros fichajes de autores y la visibilización del nuevo nombre en canales comerciales, redes sociales y ferias del libro. El nombre Penguin Random House era todavía una novedad para el lector peruano. A pesar de que sí estaba posicionada como editorial entre algunos actores de la industria local, aún se sabía poco de sus valores y líneas de trabajo. Hemos dicho antes que el conjunto de propósitos de una editorial no es sencillo de distinguir, por lo que la identidad,

para los lectores, se reconoce a través de los títulos publicados (autores y temas), los elementos de diseño gráfico que los acompañan (tipografías, colores, estilo de portadas) y el orden de los mismos.

En 2017, Bertelsman, propietario de PRHGE, continuó sus operaciones de adquisición de editoriales en el mercado de habla hispana con la compra de Ediciones B y Salamandra en 2019, mediante la cual heredaba los fantásticos universos del mago Harry Potter, entre sus nuevos activos más resaltantes. Esto último suponía un nuevo desafío para la operación: recibir nuevos autores a los que cuidar y cuya obra publicar.

6. Impacto en la oferta y circulación del libro en Perú

Como ha sido mencionado, la industria editorial peruana ha tenido un desarrollo no respaldado por estudios o estadísticas pertinentes. La información del sector se publicó en informes con periodicidad irregular y espaciada (2002, 2007, 2013 y 2017). Si bien los primeros estudios ofrecían información contrastada del sector, estos se enfocaban principalmente en la descripción las características de sus agentes, con 996 registrados en Perú en 2016 versus los 848 de 2011; la medición de la producción comercializable, que supuso una evolución de los 11 362 968 de 2003 hasta llegar 68 334 122 en 2008; y la fluctuación de la exportaciones e importaciones de libros, que creció de 5 810 428 en 2003 a un estimulante 9 348 453 en 2008. Sin embargo, en el 2016, se registró una cifra de 1 942 285, bastante menor que la de años anteriores (Jaramillo, 2017). La información anterior es útil, pero todavía escasa en términos cualitativos, más aún cuando la industria editorial ofrece un producto final consistente de un soporte e ideas que generan percepciones y reacciones de distinta índole en una comunidad de lectores.

En cuanto a las importaciones, estas tuvieron un crecimiento que se duplicó entre 2000 (31 millones) y 2008 (64 millones), y se sostuvo en 2016 (70 millones). Esto ha traído profundas consecuencias en la naturaleza de la oferta de libros en el Perú. La mayor parte de esta influencia ha sido notoria, aunque no se ha medido con el detalle necesario para sacar conclusiones precisas. El último informe cuantitativo, amparado por CERLALC, repara en las pocas fuentes de información y en la necesidad de tener un conocimiento de los lectores y la naturaleza de la oferta del sector (Jaramillo, 2017). En este último ámbito, los cambios en la oferta del sector editorial peruano y las maneras en que esta llega al público interesado son variables ya debatidas y sentidas por los actores del sector, pero todavía no se han destinado recursos o iniciativas concretas para lidiar con los desafíos que esta plantea.

Libreros entrevistados para el presente artículo destacan cómo desde finales de los noventa empezaron a notar muchos cambios en cuanto a los libros que circulaban por Lima, provenientes de editoriales como Taurus, Aguilar o Alfaguara, que antes circulaban por Lima con dificultad. La opinión de un distribuidor de aquella época señala:

En aquellos años, vivíamos en otro mundo. Como librero, valoro que teníamos la posibilidad de tener más editoriales, nuevos autores, que no llegaban fácilmente.

Autores como Saramago no llegaban a Perú, incluso antes de ganar el Nobel. La disponibilidad de títulos se hizo muy amplia. (Walter Sanseviero, 13 de junio de 2025, entrevistado por Pablo Cotrina)

También se destaca cómo, salvo algunas librerías que no dejaron de apostar por el libro peruano, hubo una preferencia por el libro extranjero, hecho que se atribuye en parte a la falta de mejora material y editorial de las ediciones locales en general, que a menudo resultaban precarias, relativamente debido a la falta de conocimiento de procesos de impresión y de derechos de autor por parte de editoriales locales. Se trataba de editoriales cuya producción aspira a ser constante, pero no siempre se consigue con regularidad en todos los territorios de su circulación, tanto por la priorización comercial de unos sellos por encima de otros, como por el tipo de contenidos que llegan a la órbita de la editorial, el perfil de los autores o las tradiciones de lectores.

Al respecto, se puede, como ejemplo, analizar la editorial argentina Emecé, fundada en 1939 y que fue la casa de autores como Borges y Bioy Casares. A lo largo de los años, pasó por distintas manos hasta su llegada al paraguas de Planeta en 2000. Como lo argumenta De Diego (2012) en la revisión de este caso particular, desde dicha adquisición la política de producción editorial de Emecé evolucionó y “se ha diluido hasta casi desaparecer” (p. 148). A juzgar por la observación de su catálogo, en las entregas internacionales esta política transita entre la no ficción y la narrativa de oriente traducida; en Latinoamérica recoge ficción contemporánea latinoamericana, el *best seller* traducido y la crónica. En Perú, el sello tuvo entregas que incluyeron de manera predominante la narrativa local, con distinta cantidad de entregas por año desde la aparición local del sello:

Tabla 1

Número de títulos publicados por el sello Emecé en Perú entre 2015 y 2024

AÑO	Nº DE TÍTULOS PUBLICADOS POR EL SELLO EMECÉ EN PERÚ ENTRE 2015 Y 2024
2015	0
2016	2
2017	3
2018	3
2019	3
2020	1
2021	2
2022	1
2023	0
2024	0
TOTAL	15

Un caso particular de manejo desigual de capital simbólico es el de Ariel, otro sello destacado de la editorial, nacido en 1942, también en Argentina, para temas de filosofía, psicología, historia y ciencias sociales. Este sello concentra sus entregas en autores afincados principalmente en España, otros más de Argentina y un amplio volumen de traducciones de autores del Reino Unido, Estados Unidos y Francia, donde aloja al premio Nobel Joseph Stiglitz y al influyente autor estadounidense Paul Krugman. Su catálogo ganó prestigio entre los lectores de ciencias sociales y ensayo del continente. Sin embargo, como sello, no tiene ningún título publicado en el Perú, donde su presencia se sustenta únicamente en la importación de títulos de otros países.

Esto abre otras interrogantes. ¿La estrategia del sello se centra solo en algunos territorios? ¿Qué ocurriría si apareciese un título en Perú que encajara en los parámetros de Ariel? ¿Este título se alojaría solo en los sellos activos del país en cuestión? ¿El capital simbólico se reduciría si no tiene producción? O, en otra posibilidad, ¿declinaría la publicación en favor de otras alineadas con la estrategia local?

La concentración editorial en Perú revela una clara jerarquía de beneficios. Los principales favorecidos han sido los lectores de alta rotación comercial (*best sellers* y no ficción de actualidad), quienes gozan de una oferta internacional inmediata y actualizada. Sin embargo, los sellos locales adquiridos y la bibliodiversidad de largo aliento resultan perjudicados por la “dilución” de sus identidades editoriales. La priorización de la rentabilidad sobre el capital simbólico —evidenciada en la ausencia de sellos de pensamiento como Ariel en la producción local— desplaza las obras de autores peruanos que no encajan en el modelo de exportación o en las métricas de venta rápida. Así, la transnacionalización actúa como un filtro que internacionaliza solo aquello que es económicamente viable, dejando en la precariedad las propuestas estéticas o académicas que requieren tiempos de maduración más lentos. Esta desatención de los catálogos de largo aliento por parte de las corporaciones es lo que dota de una función crítica a los actores independientes del ecosistema, quienes asumen el riesgo cultural que las lógicas financieras descartan. De hecho, “la edición independiente ha sido forjada sobre la base de la asociatividad y la bibliodiversidad, y ha enfrentado desafíos como la concentración editorial y la globalización” (Neyra & Huarca, 2025, p. 136). De este modo, la contracción de la oferta corporativa encuentra su contrapeso directo en la resistencia de los sellos independientes locales.

Como contraste, en Perú, Planeta tiene el caso del sello Seix Barral, con resultados distintos a los anteriores. Ligado a publicar narrativa contemporánea breve, corta y crónica, este sello hace también un ejercicio distinto a los anteriores: se divide en colecciones que agrupan estilos y voces. Para hacer un análisis más acotado, nos ocuparemos aquí de revisar su producción en Perú de los últimos ocho años. Como colección con publicaciones de autores nacidos y afincados en el Perú, su ritmo de publicaciones ha mantenido una cierta constancia, obtenida al cuantificar su producción:

Tabla 2*Número de autores peruanos publicados entre 2015 y 2024 en el Sello Seix Barral*

AÑO	Nº DE TÍTULOS PUBLICADOS EN LA COLECCIÓN SEIX BARRAL
2015	2
2016	1
2017	4
2018	3
2019	7
2020	0
2021	2
2022	1
2023	3
2024	0
TOTAL	23

Como puede apreciarse, la cantidad interanual de publicaciones de la colección varía, pero los números también dejan ver un esfuerzo de continuidad en la misma, a pesar de no ser iguales. Habitualmente, el planeamiento editorial asigna una cantidad objetivo de títulos para publicarse al año en cada uno de sus sellos y colecciones. En el caso de la filial de un país, la responsabilidad de cumplir con la cantidad de publicaciones declaradas recae en los equipos locales, que también deben cumplir con los objetivos de publicación de otros sellos del grupo. La tercerización de las tareas de edición, corrección o diseño por cada título distribuye el trabajo entre más personas, pero no lo suprime; cada tarea exige una supervisión y aprobación para una entrega que asegure calidad. Lo cierto es que las políticas de publicación de los sellos nunca han sido documentos rígidos en su concepción ni en su aplicación. Son declaraciones de intereses que orientan la actividad editorial, coordinadas para alinear los temas por publicarse y, en último caso, una brújula para las preferencias de los lectores.

Si bien el protagonismo comercial recae en Planeta y Penguin Random House, el campo editorial peruano se estructura también mediante la resistencia y especialización de editoriales independientes y universitarias. En este escenario, el rol del Estado, a través del Ministerio de Cultura y diversas políticas públicas, entre ellas sus estímulos económicos, resulta crucial, aunque todavía insuficiente para equilibrar la balanza frente al capital económico transnacional que domina los canales de distribución masiva.

7. Impacto en la profesionalización del sector editorial peruano

La profesionalización de los equipos es otro de los efectos más visibles de la presencia de filiales internacionales cuando analizamos el impacto en el capital humano de las editoriales, especialmente desde dos frentes: la especialización de

tareas y la formación de corrientes de pensamiento profesional. La presencia de Planeta en el Perú demandó la necesidad de contar con capital humano para desarrollar las tareas del proceso editorial, ya sean profesionales de las artes gráficas, la corrección idiomática o la promoción comercial. Con o sin experiencia en el rubro, empezaron a trabajar con personas para hacer tareas especializadas y comunes a un nicho todavía en ciernes desde el periodo de estudio de este análisis (1994). Ante esta brecha, entra a tallar el modelo de formación por mentoría, muy común y extendido en la industria editorial. Identifica profesionales con aptitudes para la edición y los forma a la medida de sus necesidades. Para profesionales fuera de planta, usan la atención a las especificaciones y la retroalimentación como herramientas.

En 2019, la filial de Planeta en Perú contaba con profesionales en planta para tareas de edición, comerciales, relativas a la biblioteca digital, derechos, comunicación y prensa, además de un equipo de *management*, que incluía los puestos de gerencia editorial y dirección general; es decir, una sustancial profesionalización en las tareas cuando damos una mirada a las dinámicas del pasado. Esto repercute directamente en la creación de puestos de trabajo permanentes en la industria editorial peruana. Contar con un gerente editorial, editores o coordinadores editoriales en planta o integrantes de una división digital abre líneas de carrera permanentes para profesionales locales y crea oportunidades de empleo formal en la industria editorial doméstica.

El contraste juega su papel cuando estos profesionales provienen de distintas industrias, no exclusivamente de la editorial. La interacción de perfiles y la propia cultura de trabajo de cada compañía enriquecen los desempeños individuales. En las diversas entrevistas sostenidas con editores y autores para el presente artículo, se evidencia un consenso respecto de que las editoriales transnacionales contribuyeron a la profesionalización de los autores y significaron una mejora general en la profesionalización del campo editorial y en la materialidad de los libros, impacto que se ve reflejado en la producción del siglo XXI. Como resultado de la competencia, las editoriales debieron empezar a competir creativamente para captar autores y proponer temas que pudieran obtener una amplia lectoría.

Este proceso de profesionalización, si bien elevó los estándares técnicos y materiales del libro peruano, introdujo una tensión asimétrica en el campo. Mientras que los grupos transnacionales consolidaron su poder mediante la acumulación de capital humano especializado y permanente, las editoriales locales e independientes quedaron en una posición de vulnerabilidad fundamentada en la “fuga de talentos” hacia las filiales de Planeta o Penguin Random House y la imposibilidad de competir con sus estructuras de gestión generaron una brecha profesional. En este escenario, el capital económico de las corporaciones terminó dictando las reglas de la competencia creativa y forzando a los actores independientes a operar en los márgenes o a especializarse en nichos de alto capital simbólico, pero baja rentabilidad comercial.

8. Internacionalización de autores peruanos y visibilidad global

Ya se ha mencionado la enorme repercusión mundial que tuvo en 2013 la fusión de Random House y Penguin mediante la cual se conformó Penguin Random House con el objetivo de construir un grupo multitemático que alcanzó a contar más de 300 sellos. El impacto de la operación significó un antes y un después en la industria editorial en español y en el campo editorial en general. En Hispanoamérica, esta entidad se bautizó como Penguin Random House Grupo Editorial (PRHGE), el nombre de la unidad de negocios del grupo para España y Latinoamérica. Liderada por Nuria Cabutí, esta unidad empezó la compleja tarea de implementar la nueva entidad en todos sus mercados y sustituir a la anterior.

Dentro del campo editorial, el autor es el actor principal. Concibe las ideas y las expresa, perennizándolas en un soporte. El trabajo de los otros miembros de este mismo campo empieza y se sustenta con la existencia de los autores y sus obras. En medio de la natural incertidumbre de un cambio del lugar que protege y tutela los compromisos de sus obras, la operación de fusión representaba para los autores atractivas oportunidades, como las de asegurar o aumentar su internacionalización, mantener el nivel de ganancia de sus regalías e incrementar su base de lectores. Dentro de la filial de PRHGE en Perú, se informó a todos los autores del cambio y estos decidieron continuar con sus contratos con la nueva entidad, en palabras de su entonces directora general (Mujica, 2014).

La distinción entre géneros es vital para entender la internacionalización. Mientras que los autores de ficción son los sujetos predilectos para la traducción y la circulación en ferias internacionales bajo el paraguas de grandes sellos, los textos de no ficción o ensayo suelen responder a coyunturas locales que limitan su exportación. Para ahondar en este aspecto, analizaremos tres indicadores: 1) autores peruanos publicados por PRHGE desde 2015 hasta 2024 en sus sellos de literatura Alfaguara y Literatura Random House; 2) autores peruanos publicados por PRHGE de 2015 a 2024 invitados a las ferias de Guadalajara en el mismo periodo; 3) las traducciones del español a otros idiomas publicadas por autores que pertenecen a PRH Perú durante dicho periodo. La cantidad de autores nacidos en Perú y publicados en sus sellos de literatura desde 2015 tuvo esta progresión:

Tabla 3

Número de autores peruanos publicados por PRH Perú en sus sellos de literatura Alfaguara y Literatura Random House entre 2015 y 2024

AÑO	Nº DE TÍTULOS PERUANOS PUBLICADOS POR PHR PERÚ EN SUS SELLOS DE LITERATURA
2015	1
2016	7
2017	10
2018	7
2019	12
2020	2
2021	5
2022	5
2023	4
2024	4
TOTAL	57

Si tomamos en cuenta el año de inicio de operaciones de la nueva entidad (2015), se aprecia una progresión positiva de autores peruanos publicados dentro de los mencionados sellos a lo largo del tiempo. Debido a la escasez de información pública de ventas por su carácter interno, no es posible sustentar esta tendencia con cifras verificadas de rendimiento comercial. Ocurre lo mismo con la variable de circulación de las obras, muy difícil de medir por las dificultades de determinar con precisión la cantidad real de los títulos individuales por cada país, los inventarios en tránsito o los problemas de actualización en los sistemas de información de las distribuidoras.

Lo que sí se puede medir es la circulación de autores publicados por PRH-GE en eventos internacionales relevantes que supongan para estos una exposición de sus nombres y la visibilidad de sus obras fuera de las fronteras peruanas. Para este indicador particular, tomaremos como unidad de análisis a la Feria Internacional del Libro de Guadalajara, el evento editorial y de letras más importante del continente, a partir de la cual revisaremos la cantidad de autores peruanos publicados por PRHGE que fueron invitados y que, por tanto, cumplieron con la condición de internacionalización antes descrita.

Tabla 4

Número de autores peruanos publicados por PRHGE Perú en sus sellos de literatura Alfaguara y Literatura Random House entre 2015 y 2024 invitados a la Feria del Libro de Guadalajara (FIL)

AÑO	Nº DE AUTORES PERUANOS PUBLICADOS EN PRHGE INVITADOS A LA FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO DE GUADALAJARA
2015	0
2016	8
2017	2
2018	0
2019	2
2020	0*
2021	1
2022	1
2023	3
2024	0
TOTAL	17

En la tabla anterior vemos números disímiles, con especial énfasis en 2016, cuando el invitado de honor de la FIL fue América Latina, lo que propició la invitación y presencia de más autores de la región en comparación con años anteriores o posteriores. De todas formas, la presencia de autores peruanos quedó registrada en la celebración internacional de mayor visibilidad en lengua española.

Otro indicador significativo para medir el alcance internacional de la obra de un autor es la traducción, que está sujeta a la alineación y dependencia de múltiples variables que escapan de su control. Ser publicado en una editorial transnacional y ser leído fuera son procesos distintos. Heilbron (1999) es un antecedente útil sobre el estudio de la traducción de libros como un sistema internacional de intercambios y la posición que los distintos idiomas ocupan dentro de este. Tal sistema tiene jerarquías según los idiomas y centralidad de estos, esta última determinada en un idioma cuando tiene el mayor número de libros traducidos en todo el mundo. Aquí es donde aparece el inglés como lengua hipercentralizada, según los términos de Heilbron, como la aduana por la que deben pasar las obras para ser consideradas y ganar notoriedad en un mercado global.

El tema de estudio de la socióloga francesa Gisele Shapiro (2017) se ha fijado, entre otras variables, en el rol de los editores en la acumulación de capital simbólico internacional para los autores. Sus decisiones y tácticas configuran de una manera concreta la percepción local y foránea de un autor y su obra de cara a sus contrapartes en lugares fuera del Perú. Esto se relaciona con procesos hechos por intermediarios como los editores y agencias para estimular la venta de los derechos de traducción, como comisionar la traducción de un capítulo de la obra para ofertarse para su contratación o traducir un cuento para partici-

par en concursos de ficción en otros idiomas que ayuden al autor a ganar cierta resonancia fuera del flujo de sus idiomas originales. Sin embargo, este aparato de mediación internacional administrado por los grandes conglomerados tiende a operar de espaldas a las asimetrías lingüísticas coloniales que persisten en el mercado doméstico. Al analizar estas dinámicas de exclusión, Macuri Arquíñigo y Haya de la Torre (2025) sostienen que “las obras literarias dominantes gozarán de mayor prestigio y recepción; mientras que las obras de otras literaturas, más allá de que se produzcan en el mismo espacio, serán marginadas o invisibilizadas” (p. 126). De esta forma, mientras el capital transnacional promueve la internacionalización selectiva de obras en español, las periferias del campo cultural local quedan subordinadas a las reglas de prestigio de la lengua hegemónica.

Para los autores peruanos considerados en el periodo de este estudio, la traducción ha pasado por sus obras con distintos resultados. Hay otras lenguas periféricas como el francés y el alemán, a las cuales los autores peruanos han tenido traducciones de sus obras a lo largo del tiempo. En este sentido, hay autores peruanos que tienen traducciones principalmente a estas lenguas, pero no de forma exclusiva. Ocurre así con el italiano o el holandés, lo que deriva en autores peruanos de PRHGE traducidos a más de una lengua dentro de un mismo año. Por lo tanto, analizaremos aquí la cantidad de traducciones a un idioma distinto al español de autores de PRHGE Perú por cada año del periodo de este estudio.

Tabla 5

Número de traducciones del español a un idioma distinto de autores publicados por PRH Perú entre 2015 y 2024

Año	Nº DE TRADUCCIONES DE AUTORES PERUANOS PUBLICADOS POR PRH PERÚ
2015	1
2016	7
2017	6
2018	5
2019	5
2020	0
2021	9
2022	5
2023	0
2024	5
TOTAL	43

Se hace necesario anotar que en estos números hay hasta cinco autores que acumulan más del 60 % del total de traducciones, pero más allá de esto la estadística no deja de ser alentadora. Esto se hace más meritorio cuando el Perú no cuenta con programas o políticas de Estado para la promoción de la traducción, la que transcurre y se materializa por acción de las editoriales —en



ocasiones— o de los agentes de los mismos autores dentro de las actividades de promoción y monetización de sus obras.

Según los diversos actores entrevistados para este artículo, hubo un choque frecuente entre las expectativas y la realidad de la internacionalización de los autores. Se generó una falsa esperanza de que al llegar como autor a una editorial transnacional se empezarían a comercializar sus libros en diferentes países. Y, si bien los autores entrevistados coinciden en que la llegada de editoriales transnacionales al Perú amplió las posibilidades de publicación, especialmente de autores jóvenes cuyos primeros libros habían sido bien recibidos por la crítica y el mercado, hay consenso también en que esto no significó necesariamente una internacionalización de sus obras.

9. Conclusiones y futuras líneas de investigación

La llegada de editoriales transnacionales como Planeta y PRHGE al Perú a través de filiales locales trajo beneficios para la industria editorial y el campo editorial peruano: planes de publicación a largo plazo, continuidad productiva de sellos con comunidades lectoras significativas y profesionalización de los actores del sector. Las fusiones y adquisiciones de editoriales gestadas en Europa y Estados Unidos han impactado decisivamente en el funcionamiento del campo editorial en Perú. El capital intelectual y simbólico que acumulan, la tradición y el posicionamiento de sus marcas y su respaldo corporativo les permitieron operar en un terreno más favorable respecto a otros actores locales.

La proliferación de fusiones y adquisiciones con editoriales de lengua española responde a estrategias de negocio para aumentar ingresos, ampliar operaciones y captar lectores donde antes no tenían presencia. No es solamente un ejercicio de poder, sino una forma de asegurar la continuidad editorial. Una consecuencia es que las editoriales heredaron nuevos sellos y autores que gestionar. Algunos sellos diluyeron sus valores con el tiempo y su producción se volvió irregular debido a la reducida capacidad local frente al alto volumen del nuevo capital intelectual.

La publicación de autores peruanos por editoriales transnacionales ofrece visibilidad, pero no garantiza su internacionalización. Son procesos interdependientes, sujetos a factores externos, fuera del control de autores y editoriales. Los autores de ficción tienen mayor potencial de internacionalización, ya sea por traducciones o participación en eventos. Las traducciones muestran buen desempeño para autores peruanos en estas editoriales, aunque pocas firmas concentran la mayoría de los casos. Sobre la percepción de internacionalización, un autor local entrevistado señaló que existe una “falsa sensación de éxito al firmar con un gran sello, pues la distribución en otras filiales no es automática” (Luis Hernán Castañeda, 12 de junio de 2025, entrevistado por Ezio Neyra). Esta observación coincide con la tesis de Sapiro (2017) sobre el rol del editor como acumulador de capital simbólico internacional: la etiqueta del grupo transnacional otorga prestigio, pero no garantiza la ruptura de las barreras idiomáticas o de mercado.

En síntesis, el campo editorial peruano actual parece ser un espacio de tensiones irresueltas entre la eficiencia corporativa y la autonomía cultural. El capital económico de los grandes grupos ha “colonizado” el prestigio simbólico

de sellos históricos para legitimar su posición en el mercado local. El resultado es una industria más profesional pero menos diversa, donde la internacionalización es una prerrogativa de una élite de autores que concentra el 60 % de las traducciones, mientras que el grueso de la producción local sigue lidiando con una visibilidad fragmentada. La hegemonía transnacional, por tanto, ha dinamizado el consumo, pero ha precarizado la independencia del editor como mediador cultural autónomo.

La concentración de capital económico en manos de unos pocos actores globales plantea desafíos directos a la bibliodiversidad. Espacios como la Feria Internacional del Libro de Lima sirven de termómetro para observar esta asimetría: mientras los grandes grupos dominan la visibilidad y el volumen de negocio, las pequeñas editoriales deben apostar por nichos de alto capital intelectual para no ser diluidas por la lógica del *best seller* internacional.

Más allá de los hallazgos presentados, este estudio subraya la necesidad de desarrollar investigaciones que combinen enfoques cuantitativos y cualitativos para alcanzar una comprensión integral del campo editorial peruano. En particular, se proponen algunas líneas prioritarias. Primero, el desarrollo de estudios que logren discriminar el porcentaje de ingresos y títulos de las filiales transnacionales frente a las editoriales locales e independientes, lo que permitirá superar la opacidad actual de los datos comerciales. Segundo, la investigación del impacto de las editoriales universitarias y los sellos independientes en la bibliodiversidad, mediante el análisis de cómo sus estrategias de acumulación de capital intelectual ofrecen resistencia a la concentración económica del mercado. En tercer lugar, la realización de un seguimiento longitudinal de la trayectoria de autores peruanos en mercados extranjeros, mediante el cual se evaluará la efectividad de las ferias internacionales y las ventas de derechos de traducción como mecanismos reales de internacionalización. Finalmente, deberá analizarse el alcance real de los Estímulos Económicos del Ministerio de Cultura y las iniciativas de la Dirección del Libro y la Lectura en la descentralización de la producción y la formación de nuevos lectores.

CONTRIBUCIÓN DE AUTORÍA

Pablo Cotrina y Ezio Neyra participaron conjuntamente en la conceptualización, investigación, metodología, administración del proyecto, validación, redacción del borrador original y revisión y edición del manuscrito. Además, Pablo Cotrina estuvo a cargo de la curación y el análisis de los datos.

DECLARACIÓN DE USO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA (IA-G)

Los autores declaran que no se han utilizado herramientas de IA en el proceso de investigación o redacción de este manuscrito.

REFERENCIAS

- Alós, E. (13 de julio de 2017). Así ha quedado repartido el sector editorial después de la crisis. *El Periódico*. <https://www.elperiodico.com/es/ocio-y-cultura/20170713/cifras-mercado-editorial-libro-espana-2016-6165929>
- Altamirano, C., & Sarlo, B. (1980). *Conceptos de sociología literaria*. Centro Editor de América Latina.
- Antonioli, D. (2006). *El sector editorial peruano. Un estudio sobre el libro en el Perú: 1995-2005*. Dante Antonioli Delucchi Editores.
- Basadre, J. (2023). *Terminación y comienzo. Escritos sobre el libro y las bibliotecas de Jorge Basadre Grohmann*. Biblioteca Nacional del Perú.
- De Diego, J. L. (2012). Concentración económica, nuevos editores, nuevos agentes. En *Memoria. Primer Coloquio Argentino de Estudios del Libro y la Edición* (pp. 138-153). Universidad Nacional de La Plata.
- Feria Internacional del Libro de Guadalajara. (2015). Catálogo de Contenidos [Catálogo]. Guadalajara: Feria Internacional del Libro de Guadalajara. https://issuu.com/filguadalajara/docs/cata_contenidos_15
- Feria Internacional del Libro de Guadalajara. (2016) Catálogo de Contenidos. [Catálogo]. Guadalajara: Feria Internacional del Libro de Guadalajara. https://issuu.com/filguadalajara/docs/fil_contenidos_16_web
- Feria Internacional del Libro de Guadalajara. (2017) Catálogo de Contenidos. [Catálogo]. Guadalajara: Feria Internacional del Libro de Guadalajara. https://issuu.com/filguadalajara/docs/catalogo_contenidos_17
- Feria Internacional del Libro de Guadalajara. (2018) Catálogo de Contenidos. [Catálogo]. Guadalajara: Feria Internacional del Libro de Guadalajara. https://issuu.com/filguadalajara/docs/catalogo_contenidos_18
- Feria Internacional del Libro de Guadalajara. (2019) Catálogo de Contenidos. [Catálogo]. Guadalajara: Feria Internacional del Libro de Guadalajara. https://issuu.com/filguadalajara/docs/catalogo_contenidos_19
- Friera, S. (20 de diciembre de 2019). Bertelsmann ya es dueño de todo Penguin Random House. *Página 12*. <https://www.pagina12.com.ar/237287-bertelsmann-ya-es-dueno-de-todo-penguin-random-house>
- Greco, Albert N. (1999). The Impact of Horizontal Mergers and Acquisitions on Corporate Concentration in the US Book Publishing Industry (1989-1994). *The Journal of Media Economics*, 12(3), 165-180. https://doi.org/10.1207/s15327736me1203_1
- Heilbron, J. (1999). Towards a Sociology of Translation: Book Translation as a Cultural World-System. *European Journal of Social Theory*, 2(4), 429-444. <https://doi.org/10.1177/136843199002004002>
- Huisa, E. (2016). *La competitividad del sector editorial en el Perú: 2000-2010*. Universidad Ricardo Palma.
- Jaramillo, B. (2017). *Estudio diagnóstico del sector editorial en el Perú*. Cámara Peruana del Libro, Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el

- Caribe. https://infolibros.cpl.org.pe/wp-content/uploads/2017/12/Estudio_diagnostico_del_sector_editorial_del_Peru.pdf
- Macuri, D. N., & Haya de la Torre, J. A. (2025). Una aproximación a la función de las ediciones bilingües y monolingües de literatura quechua en la editorial peruana Pakarina Ediciones. *Letras (Lima)*, 96(143), 123-140. <https://doi.org/10.30920/letras.96.143.8>
- Mariátegui, J. C. (13 de julio de 1928). El problema editorial. *Mundial*, (422), 41.
- Mascareñas, J. (1997). *Manual de fusiones y adquisiciones de empresas*. McGraw Hill.
- Milliot, J. (4 de octubre de 2017). Penguin Random House Buys Sasquatch Books. *Publisher's Weekly*. <https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/industry-deals/article/74967-prh-buys-sasquatch-books.html>
- Mujica, D. (11 de noviembre de 2014). En libros de ficción comercial, solo 5 de 50 títulos lanzados funcionan. *Gestión*. <https://gestion.pe/impresa/libros-ficcion-comercial-5-50-titulos-lanzados-funcionan-81165-noticia/?ref=gesr>
- Neyra, E., & Huarca, R. (2025). Edición independiente peruana. Panorama y consideraciones generales. *Letras (Lima)*, 95(142), 135-147. <https://doi.org/10.30920/letras.95.142.10>
- Olaya, J. C. (2003). La producción del libro en el Perú: 1960-2002. *Revista interamericana de Bibliotecología*. 26(1), 153-167.
- Salazar Bondy, S. (2021). La odisea del libro. En A. Susti (Ed.), *La odisea del libro en el Perú. Antología de artículos periodísticos de Sebastián Salazar Bondy* (pp. 19-22). Biblioteca Nacional del Perú.
- Sapiro, G. (2017). *Los intelectuales: profesionalización, politización, internacionalización*. Euvim.
- Schiffrin, A. (2001). La edición sin editores. Las grandes corporaciones y la cultura. Ediciones Era.
- Thompson, J. B. (2012). *Merchants of Culture: The Publishing Business in the Twenty-First Century*. Polity.
- Vich, V., & Mariátegui, J. C. (2023). José Carlos Mariátegui: entre las políticas culturales y la gestión cultural. *Letras (Lima)*, 94(139), 61-77. <https://doi.org/10.30920/letras.94.139.5>

* * *

Pablo Cotrina es magíster en Edición por la Universidad de Salamanca y certificado del Yale Publishing Course de la Universidad de Yale. Fue director del Fondo Editorial de la Universidad César Vallejo, donde publicó a autores como Juan Villoro y Ricardo Piglia, además de la popular Colección Vallejo, con toda la obra del poeta contextualizada para el público en general. Ha investigado y escrito artículos sobre las editoriales universitarias en Perú, la economía del libro y las fusiones y adquisiciones en la edición. Ha ejercido la docencia de edición en distintas instituciones universitarias y de formación.

Ezio Neyra fue Jefe Institucional de la Biblioteca Nacional del Perú, así como director de la Dirección del Libro y la Lectura del Ministerio de Cultura del Perú. Estudió sociología en la Universidad Católica del Perú y un doctorado en literatura hispanoamericana en la Universidad de Brown. Ha sido catedrático de literatura y escritura creativa en universidades de Chile, Cuba, Estados Unidos, México, Perú y Uruguay. Como escritor, ha publicado cuatro novelas y un libro de no ficción. Actualmente es director del Departamento de Literatura y director académico del Diplomado en cultura escrita y formación de lectores de la Universidad Adolfo Ibáñez.