

## INTRODUCCIÓN

El problema hispano-americano, tan atrayente y al que se han consagrado por entero ilustres personalidades de la política y de la ciencia, está actualmente pasando por una fase de transformación interesantísima. La concentración de las fuerzas dispersas que están actuando en los diferentes sectores en que se subdivide el concepto general «hispano-americanismo» se ha de hacer al conjuro de un factor común, con potencialidad suficiente para llevar a cabo tan trascendental empresa; y ese factor común, poderoso aglutinante que fundirá en un nuevo crisol el tipo racial al que aspiramos, no puede ser otro que el LIBRO. Hora es ya de que España salga de su geografía para lanzarse de nuevo a la conquista de América y si un día «la espada y la cruz» fueron los símbolos que conmovieron a toda una generación de conquistadores, sean hoy la «pluma estilográfica y las blancas cuartillas» los poderosos estimulantes que nos lleven, otra vez, al Nuevo Mundo.

Contestación al Cuestionario sobre el Libro Español en Cuba, 1922<sup>1</sup>

CON ESTAS PALABRAS, los diplomáticos trataban de animar a los editores españoles a internacionalizar su negocio a comienzos del siglo xx. Lo que parecía una tarea complicada ha demostrado ser, casi un siglo después, la estrategia más rentable para el sector editorial español. Actualmente, España es una de las diez potencias editoriales a nivel internacional. Según los informes de la International Publishers Association (IPA), España ocupa el tercer puesto a nivel mundial tanto si usamos como indicador el número de títulos nuevos por cada millón de habitantes, como por la cifra total de exportaciones, y baja a la séptima posición si tomamos como variable de referencia los ingresos netos anuales del sector.<sup>2</sup> En 2018, dos empresas españolas, Planeta y Santillana, ocupaban puestos destacados en el *ranking* internacional de compañías editoriales, 7.º y 23.º,

<sup>1</sup> Contestación al Cuestionario sobre el Libro Español en Cuba, 1922. AGA, Sección Asuntos Exteriores, Caja 1273.

<sup>2</sup> OBSERVATORIO DE LA CULTURA Y EL LIBRO. *El sector del libro en España 2011-2013*, Ministerio de Cultura, 2013, p. 8.

respectivamente.<sup>3</sup> Si consideramos el bajo nivel educativo del país durante casi todo el siglo xx y su tradicional falta de proyección internacional, la condición de liderazgo del sector editorial es casi una paradoja.<sup>4</sup> ¿Cómo se ha forjado un tejido competitivo a nivel internacional precisamente en una industria cultural? Esta pregunta es el eje central de este libro. Para contestarla, esta investigación se ocupa de la reconstrucción y el análisis del proceso de internacionalización del sector editorial español durante los siglos xx y xxi.

Los resultados de esta investigación permiten afirmar que los editores fueron pioneros en la internacionalización de la empresa española a principios del siglo xx, utilizando los mercados de América Latina. La Guerra Civil (1936-1939) y la dura posguerra frenaron ese prometedor proceso de internacionalización, que se volvió a retomar con fuerza en los años sesenta del siglo xx. Como la unión idiomática no incluye una homogeneidad cultural, los editores españoles tuvieron que adaptarse a los gustos, necesidades y hábitos de compra de los países latinoamericanos como una condición básica para instalarse en aquellos mercados. En los años setenta, los editores utilizarían esa experiencia acumulada para dar el salto a los mercados de habla no castellana y consolidarse en la élite del sector a nivel internacional, manteniendo su posición hasta la actualidad.

El sector editorial es un claro ejemplo de *industria cultural*, término acuñado por Max Horkheimer y Theodor Adorno de la escuela de Frankfurt en 1947, en alusión despectiva a la creciente mercantilización derivada de la cultura de masas.<sup>5</sup> El hecho singular de la denominada «industria cultural» es que sus bienes y servicios comparten varios parámetros: la creatividad ha marcado su proceso productivo, representan una forma de propiedad intelectual y comunican un valor o significado simbólico, del que se deriva cierta emotividad en su consumo.<sup>6</sup> El editor es, por tanto, un empresario atípico, a caballo entre el mundo cultural y el de los negocios, que debe conciliar el amor por la literatura y el rédito puramente económico.<sup>7</sup> A lo largo del siglo xx, los editores han sido agentes activos, cuando no protagonistas, de la mejora educativa de una sociedad cada vez más y mejor informada. Es más, con su labor empresarial han facilitado la difusión del conocimiento entre los países avanzados y los que estaban en vías de

<sup>3</sup> Listado de las mayores empresas editoriales por volumen de facturación, «The World's 54 Largest Publishers, 2018», *Publishers Weekly*, 14 de septiembre de 2018.

<sup>4</sup> Ambos factores han sido considerados como las variables más importantes para explicar el atraso económico de España. Véanse TORTELLA, Gabriel. «Patterns of economic retardation and recovery in south-western Europe in the nineteenth and twentieth centuries», *Economic History Review*, 47 (1), 1994, pp. 1-21; TORTELLA, Gabriel y NÚÑEZ, Clara Eugenia. «La maldición divina: ignorancia y atraso económico en perspectiva histórica», *Revista de Historia Económica – Journal of Iberian and Latin American Economic History*, 13 (1), 1995, pp. 147-152; O'ROURKE, Kevin H. y WILLIAMSON, Jeffrey G. *Globalization and History. The Evolution of a Nineteenth-Century Atlantic Economy*, Cambridge, MIT Press, 1999.

<sup>5</sup> Un resumen de los inicios de la disciplina en THROSBY, David C. *Economía y cultura*, Madrid, Akal, 2001.

<sup>6</sup> *Ibidem*.

<sup>7</sup> BOURDIEU, Pierre. «Una revolución conservadora en la edición», en P. BOURDIEU, *Intelectuales, política y poder*, Buenos Aires, Eudeba, 1999, pp. 223-268, p. 242.

desarrollo, contribuyendo así al proceso de integración de la economía mundial. Pese a su encomiable labor, dentro de la historiografía internacional y de la española son muy pocos los estudios sobre internacionalización que se han ocupado del sector editorial o, en general, de las industrias culturales. Este libro se inscribe en ese vacío historiográfico, con la voluntad de realizar una contribución desde la historia empresarial. No obstante, la investigación que se recoge en este trabajo tiene, necesariamente, un carácter interdisciplinar. Para intentar abordar con éxito el análisis de la formación del sector editorial y sus mercados exteriores, este análisis se apoyará, por un lado, en las teorías desarrolladas hasta la fecha en materia de competitividad e internacionalización y, por otro, en la historiografía que, desde la historia de la cultura y la literatura, se ha ocupado del sector editorial.

El eje teórico central de este libro serán las teorías específicas sobre internacionalización, una línea de investigación que ha llamado la atención de la comunidad académica en las últimas décadas. Pioneros en este campo de estudio fueron los académicos anglosajones Stephen H. Hymer y John Dunning, quienes trataron de responder a cuestiones acerca del porqué y cómo se internacionalizan las empresas.<sup>8</sup> Especialmente relevante por su influencia en el debate académico posterior fue el término, acuñado por Hymer, como *the liability of foreignness*, traducido como «la desventaja o el inconveniente del extranjero». Se trata de un concepto multidimensional que engloba los costes de hacer negocios fuera del mercado nacional, incluida la distancia que separa al país de origen y al de acogida, que lleva consigo un conjunto de costes sociales y económicos a los que la empresa debe hacer frente si quiere operar en el exterior.<sup>9</sup> Entre los estudios pioneros también encontramos algunos trabajos que incorporaban una dimensión histórica al debate sobre el proceso de internacionalización, de la mano de investigadores como Mira Wilkins o Raymond Vernon.<sup>10</sup>

Dentro de estas teóricas clásicas, debemos destacar la llamada «escuela de Uppsala» (en ocasiones denominada «U-model»), creada a partir de los estudios de Jan Johanson y Jan-Erik Vahlne a mediados de la década de los años setenta. Este enfoque

<sup>8</sup> HYMER, Stephen. *The International Operations of National Firms: A Study of Direct Foreign Investment*, Cambridge, Mass., MIT Press. 1960/1976; DUNNING, John H. «Explaining Changing Patterns of International Production: In Defense of the Eclectic Theory», *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, noviembre 1979, pp. 269-296. Véase también JONES, Geoffrey. *Multinationals and global capitalism: from the nineteenth to the twenty-first century*, Oxford, New York, Oxford University Press, 2005.

<sup>9</sup> HYMER, Stephen. *The International Operations of National Firms: A Study of Direct Foreign Investment*, Cambridge, Mass., MIT Press. 1960/1976.

<sup>10</sup> VERNON, Raymond. «International investment and international trade in the product cycle», *Quarterly Journal of Economics*, vol. 80, 1966, pp. 190-207; VERNON, Raymond. *Sovereignty at Bay: The Multinational Spread of US Enterprises*, Nueva York, Basic Books, 1971; WILKINS, Mira. *The emergence of multinational enterprise: American business abroad from the colonial era to 1914*, Cambridge, Mass., Harvard University Press, 1970; WILKINS, Mira. *The Maturing of Multinational Enterprise: American Business Abroad from 1914 to 1970*, Cambridge, Harvard University Press, 1974.

se aventura a predecir tanto la velocidad del proceso como la elección de mercados exteriores. El modelo propone un enfoque gradual de la internacionalización, entendida como un proceso de implicación creciente de la empresa en operaciones fuera de sus fronteras. Por tanto, es adecuada para analizar el proceso de internacionalización del sector editorial desde una perspectiva a largo plazo. El modelo de la escuela de Uppsala explica que la empresa desarrolla su proceso de internacionalización con fases sucesivas: exportaciones puntuales, uso de agentes exportadores o distribuidores independientes, instalación de filiales comerciales e instalación de filiales productivas.<sup>11</sup> Los autores del modelo defienden que la empresa elegirá para dar el salto al exterior aquellos mercados que le resulten culturalmente más próximos.<sup>12</sup>

La literatura ha bautizado esta secuencia de internacionalización descrita por la escuela de Uppsala como *traditional pathway*. Frente a ella, en fechas recientes, otros autores han propuesto un nuevo modelo, que también tendremos en cuenta en este libro, que no habla de desarrollo progresivo sino de internacionalización acelerada. Son los modelos denominados *born global* y *born again global*, en los que se analizaban las empresas que nacen con vocación e implantación internacional, gracias a una red de contactos previamente constituida. Así, estos trabajos enlazan con otras referencias básicas que defienden las bondades de las redes sociales en la actividad empresarial.<sup>13</sup> Varios autores han destacado la importancia del capital social para las empresas, término que se refiere a la red de relaciones que posee una organización, la cual le proporciona un valor al permitirle acceso a los recursos que están incrustados en la red.<sup>14</sup> Dentro de la organización, el capital social disminuye los costes de transacción, facilita la transmisión de información, la creación y acumulación de conocimiento y beneficia la creatividad.<sup>15</sup> Hacia el exterior, el capital social aumenta el éxito de las alianzas estratégicas,

<sup>11</sup> JOHANSON, Jan y WIEDERSHEIN, Paul. «The internationalisation of the firm: four Swedish case studies», *Journal of Management Studies*, vol. 12, n.º 3, 1975, pp. 305-322; JOHANSON, Jan y VAHLME, Jan-Erik. «The internalization process of the firm: a model of knowledge development and increasing foreign market commitments», *Journal of International Business Studies*, vol. 8, n.º 1, 1977, pp. 23-32.

<sup>12</sup> JOHANSON, Jan y VAHLME, Jan-Erik. «The mechanism of internationalization», *International Marketing Review*, vol. 7, n.º 4, 1990, pp. 11-24.

<sup>13</sup> GRANOVETTER, Mark (1985). «Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness», *American Journal of Sociology*, vol. 91, n.º 3, pp. 481-510; GRANOVETTER, Mark y SWEDBERG, Richard. *The Sociology of Economic Life*, Boulder Co., 1992. También con la reciente revisión del modelo de Uppsala, disponible en JOHANSON, Jan y VAHLME, Jan-Erik (2009). «The Uppsala internationalization process model revisited: From liability of foreignness to liability of outsidership», *Journal of International Business Studies*, vol. 40, pp. 1411-1431.

<sup>14</sup> FLORIN, Juan M.; LUBATKIN, Michael y SCHULZE, William. «A social capital model of high growth ventures», *Academy of Management Journal*, vol. 46, n.º 3, 2003, pp. 374-384. Se ha tomado la traducción en castellano de GALÁN, José Luis y CASTRO, Ignacio. «Las relaciones interorganizativas como fuente de capital social», *Universia Business Review*, n.º 2, 2004, pp. 104-117.

<sup>15</sup> ARREGLE, Jean-Luc; HITT, Michael A.; SIRMON, David G. y VERY, Philippe. «The Development of Organizational Social Capital: Attributes of Family Firms», *Journal of Management Studies*, vol. 44, n.º 1,

fortalece las relaciones con proveedores, las redes de producción y el aprendizaje entre organizaciones.<sup>16</sup>

Algunas de estas teorías se han aplicado al proceso de internacionalización de la empresa española. Desde la óptica de la economía aplicada, los trabajos de Juan Muñoz, Juan José Durán, José Antonio Alonso o Mauro Guillén han destacado el notable incremento y visibilidad del fenómeno de internacionalización en las últimas décadas del siglo xx.<sup>17</sup> También la importancia de América Latina en la expansión exterior de la industria española, que se analiza en los estudios de Pablo Toral y Félix Martín, entre otros.<sup>18</sup> Según Mauro Guillén y Esteban García Canal, la empresa española difiere de las multinacionales «tradicionales», entendidas como las procedentes de los países líderes, ya que tiene distintas capacidades y habilidades que le permiten participar con éxito en el mercado internacional. Las multinacionales de los países líderes se apoyan, principalmente, en la tecnología y una marca de prestigio para iniciar el proceso de cruzar fronteras. Por el contrario, las multinacionales españolas, así como las de otros países de desarrollo tardío, utilizan distintas ventajas competitivas, entre ellas su capacidad para organizar y gestionar proyectos o la de crear redes sociales.<sup>19</sup>

La hipótesis dominante en la historiografía es que la internacionalización de la empresa española comenzó a finales de los años ochenta, tras la incorporación del país a la Comunidad Europea. Ese proceso estuvo incentivado por un cambio en el marco normativo y por oportunidades concretas de las propias compañías. La multinacional española típica sería una empresa grande, en ocasiones, antiguos monopolios estatales, con fuerte implantación en el mercado nacional, que inicia el proceso de internacionalización en

2007, pp. 73-95; se ha tomado la traducción en castellano de GALÁN, José Luis y CASTRO, Ignacio. «Las relaciones interorganizativas como fuente de capital social», *Universia Business Review*, n.º 2, 2004, pp. 104-117.

<sup>16</sup> ARREGLE, Jean-Luc; HITT, Michael A.; SIRMON, David G. y VERY, Philippe. «The Development of Organizational Social Capital: Attributes of Family Firms», *Journal of Management Studies*, vol. 44, n.º 1, 2007, pp. 73-95.

<sup>17</sup> MUÑOZ, Juan; ROLDÁN, Santiago y SERRANO Ángel. *La internacionalización del capital en España, 1959-1977*, Madrid, Edicusa, 1978; DURÁN HERRERA, Juan José. *Estrategia y evaluación de inversiones españolas en el exterior*, Madrid, Instituto Español de Comercio Exterior, 1990; ALONSO, José Antonio y DONOSO, Vicente. *Competir en el exterior. La empresa española y los mercados internacionales*, Madrid, ICEX, 1998; GUILLÉN, Mauro. «La internacionalización de las empresas españolas», *Información Comercial Española. Revista de Economía*, vol. 812, 2004, pp. 211-224; GUILLÉN, Mauro. *The rise of Spanish multinationals*, Nueva York, Cambridge University Press, 2005.

<sup>18</sup> TORAL, Pablo. *The Reconquest of the New World: Multinational Enterprises and Spain's Direct Investment in Latin America*, Burlington, VT, Ashgate, 2001; MARTÍN, Félix E. y TORAL, Pablo. *Latin America's quest for globalisation: the role of Spanish firms*, Burlington, VT, Ashgate Pub. Co., 2005.

<sup>19</sup> Los autores denominan a estas empresas como nuevas multinacionales, frente a las multinacionales clásicas. GUILLÉN, Mauro y GARCÍA CANAL, Esteban. «The American Model of the Multinational Firm and the "New" Multinationals from Emerging Economies», *Academy of Management Perspectives*, vol. 23, n.º 2, 2009, pp. 23-35; GUILLÉN, Mauro y GARCÍA CANAL, Esteban. *The New Multinationals: Spanish Firms in a Global Context*, Cambridge, Cambridge University Press, 2010.

países tecnológicamente poco avanzados y con baja distancia cultural.<sup>20</sup> La privatización permitió a las grandes empresas españolas entrar en la senda de la eficiencia,<sup>21</sup> implantando nuevas estrategias más agresivas, entre ellas, una política de expansión exterior auxiliada por un cambio en el marco económico y político, que favorecía la circulación internacional de capitales.

Algunos estudios de historia empresarial cuestionan esta cronología (tardía) propuesta desde la economía aplicada y la dirección de empresas.<sup>22</sup> Los trabajos de Igor Goñi sobre la industria armera vasca, los de Ramon Ramon sobre la industria de aceite de oliva, los de Salvador Hernández, Juan Antonio Rubio y Josean Garrués sobre el sector exportador del aceite de oliva andaluz o los de Eva Fernández sobre la actuación exterior de las cooperativas agrícolas demuestran que había un temprano y prometedor proceso de internacionalización en varias regiones y sectores antes de la Guerra Civil.<sup>23</sup> Javier Vidal corrobora esta hipótesis, insistiendo en el papel mediador y facilitador desempeñado por las Cámaras de Comercio en el exterior.<sup>24</sup> También en el *tardofranquismo*, los años sesenta y setenta constituyeron una etapa favorable en materia de internacionalización de la empresa española, siguiendo los trabajos de Eugenio Torres, Adoración Álvaro, Rafael Castro Balaguer o Núria Puig y Paloma Fernández.<sup>25</sup>

<sup>20</sup> DURÁN HERRERA, Juan José. «La expansión de la empresa multinacional española», *Economistas*, vol. 19, n.º 87, 2001, pp. 319-324; GUILLÉN, Mauro. «La internacionalización de las empresas españolas», *Información Comercial Española. Revista de Economía*, vol. 812, 2004, pp. 211-224; GUILLÉN, Mauro. *The rise of Spanish multinationals*, *op. cit.*

<sup>21</sup> La privatización permitió a las grandes empresas españolas entrar en la senda de la eficiencia, implantando nuevas estrategias más agresivas, entre ellas, una política de expansión exterior auxiliada por un cambio en el marco económico y político, que favorecía la circulación internacional de capitales. CUERVO GARCÍA, Álvaro. «El papel de la empresa en la competitividad», *Papeles de Economía Española*, vol. 56, 1993, pp. 363-378.

<sup>22</sup> VALDALISO, Jesús M.ª. «La competitividad internacional de las empresas españolas y sus factores condicionantes. Algunas reflexiones desde la historia empresarial», *Revista de Historia Industrial*, vol. 26, 2004, pp. 13-53.

<sup>23</sup> HERNÁNDEZ, Salvador; RUBIO, Juan Antonio y GARRUÉS, Josean. «La dinámica empresarial en el sector exportador del aceite de oliva andaluz, 1886-1939», *Documentos de Trabajo* (DT-AEHE) 1402, Asociación Española de Historia Económica, 2014; GOÑI MENDIZABAL, Igor. «De Esperanza y Unceta a Astra-Unceta y Cía., una empresa armera ante el mercado internacional», *Revista de Historia Industrial*, vol. 40, 2009, pp. 40-51; RAMON, Ramon. «Product differentiation and entry barriers: Mediterranean export firms in the American markets for olive oil prior to World War II», *Business History*, vol. 52, n.º 3, 2010, pp. 390-416.

<sup>24</sup> VIDAL, Javier. «Sirviendo a las empresas en el mercado internacional: las Cámaras españolas de Comercio en Argentina y México (1888-1936)», *Revista de la Historia de la Economía y de la Empresa: la Historia Económica y de la Empresa en América Latina*, n.º 5, 2011, pp. 241-259.

<sup>25</sup> TORRES, Eugenio. «La internacionalización de dos empresas constructoras: FCC y Dragados», *Revista de Historia Industrial*, vol. 40, n.º 2, 2009, pp. 155-186; ÁLVARO, Adoración. «Los inicios de la internacionalización de la ingeniería española», *Información Comercial Española. Revista de Economía*, n.º 849, 2009, pp. 97-112; CASTRO BALAGUER, Rafael. «El mercado francés en la internacionalización de la empresa española, 1900-1980. ¿Un difícil vecino?», *Información Comercial Española*, n.º 849 (julio-agosto), 2009, pp. 39-53; PUIG, Núria y FERNÁNDEZ, Paloma. «La internacionalización de la empresa familiar española: un análisis



La mayoría de las empresas del sector editorial, español e internacional, comparte una característica: son compañías de propiedad y gobierno familiar. Por eso, este libro también se apoyará en la bibliografía sobre esta materia. La historiografía destaca dos ventajas teóricas o potenciales de las empresas familiares que son especialmente importantes para esta investigación, ya que influyen directamente en el proceso de internacionalización. La primera se refiere a la facilidad de la empresa familiar para crear y acumular capital social o capital relacional, entendido en su acepción sociológica, no contable, ya que la familia y la empresa son dos fuentes capaces de establecer relaciones (*networks*) que se superponen para el beneficio de la empresa. La segunda ventaja potencial se refiere a la capacidad de las empresas familiares para acumular conocimiento codificado y, especialmente, tácito (no recogido en protocolos o herramientas de gestión), transmitiéndolo de generación en generación, gracias a la política de sucesores dentro de la familia, designados con antelación, entrenados y educados para el puesto.<sup>26</sup>

Por supuesto, este libro también toma como punto de partida la bibliografía acerca del sector editorial español escrita desde la disciplina de historia de la cultura, así como las sugerentes investigaciones realizadas desde la perspectiva de historia de la literatura. En concreto, han sido de gran ayuda los excelentes trabajos de Ana Martínez Rus, Jesús Martínez, Philippe Castellano, Pura Fernández, Raquel Sánchez García, Javier Lluch, Fernando Larraz, Jordi Gracia, Mercedes Cabrera o Juan Miguel Sánchez Vigil.<sup>27</sup>

---

histórico», *Información Comercial Española. Revista de Economía*, n.º 849, 2009, pp. 27-38; PUIG, Núria y FERNÁNDEZ, Paloma. «Silent Revolution. The internationalization of large Spanish family firms», *Business History*, vol. 51, n.º 3, 2009, pp. 462-482.

<sup>26</sup> CASSON, Mark. «The Economics of the Family Firm», *Scandinavian Economic History Review*, vol. XLVII, 1999, pp. 10-23.

<sup>27</sup> CABRERA CALVO-SOTELO, Mercedes. *La industria, la prensa y la política: Nicolás M.ª de Urgoiti (1869-1951)*, Madrid, Alianza, 1994; CASTELLANO, Philippe. «Orígenes y primeros pasos de la Editorial Gustavo Gili», en *Editorial Gustavo Gili: una historia, 1902-2012*, Barcelona, Gustavo Gili, 2013a, pp. 13-31; CASTELLANO, Philippe. «La vocación americanista de Gustau Gili Roig», en *Editorial Gustavo Gili: una historia, 1902-2012*, Barcelona, Gustavo Gili, 2013b, pp. 51-71; CASTELLANO, Philippe. *Dos editores de Barcelona por América Latina, Fernando y Santiago Salvat Espasa*, Madrid, Iberoamericana-Vervuert, 2010; CASTELLANO, Philippe. «La distribución de los libros en Latinoamérica en vísperas de la Primera Guerra Mundial», en Jean-Michel DESVOIS (eds.). *Prensa, impresos, lectura en el mundo hispánico contemporáneo: homenaje a Jean-François Brothel*, Pilar/Presses Universitaires de Bordeaux, Burdeos, 2005; CASTELLANO, Philippe. *Enciclopedia Espasa: Historia de una aventura editorial*, Madrid, Espasa-Calpe, 2000; CASTELLANO, Philippe. «Autobiografía de Manuel Salvat Xivixell, impresor y editor», *Butlletí de la Reial Acadèmia Catalana de Belles Arts de Sant Jordi*, 12, 1998, pp. 61-84; MARTÍNEZ MARTÍN, Jesús A. (dir.). *Historia de la edición en España (1836-1936)*, Madrid, Marcial Pons, 2001a; MARTÍNEZ MARTÍN, Jesús A. «La edición moderna», en Jesús A. MARTÍNEZ MARTÍN (dir.), *Historia de la edición en España (1836-1936)*, Madrid, Marcial Pons, 2001b, pp. 176-206; MARTÍNEZ MARTÍN, Jesús A. «Lecturas para todos en el siglo xx», en Jesús A. MARTÍNEZ MARTÍN (dir.), *Historia de la edición en España (1836-1936)*, Madrid, Marcial Pons, 2001c, pp. 473-484; MARTÍNEZ MARTÍN, Jesús A. *Lectura y lectores en el Madrid del siglo xix*, Madrid, Consejo Superior de Investigaciones Científicas, 1991; MARTÍNEZ MARTÍN, Jesús A. (2005). «La lectura en la España contemporánea: lectores, discursos y prácticas de lectura», *Ayer*, vol. 58, pp. 15-34; MARTÍNEZ MARTÍN, Jesús A. «“El Año Cristiano” de 1832

Desde la historia económica, los trabajos de Jordi Catalán y Guillermo Gil Mugarza han sido referencia obligada.<sup>28</sup> Para realizar un acercamiento a la edición latinoamericana hemos tenido en cuenta los excelentes trabajos de José Luis de Diego.<sup>29</sup> Respecto al sector editorial internacional, este libro se hace eco tanto de los trabajos auspiciados por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco),<sup>30</sup> como de la bibliografía se ha ocupado de las industrias editoriales europeas y la norteamericana en distintos momentos de la historia.<sup>31</sup>

y el debate sobre la propiedad intelectual y los derechos de autor en el siglo XIX», *Cuadernos de historia contemporánea*, vol. 1, 2007, pp. 165-174; MARTÍNEZ MARTÍN, Jesús A. *Vivir de la pluma: La profesionalización del escritor, 1836-1936*, Madrid, Marcial Pons, 2009; MARTÍNEZ MARTÍN, Jesús A. (dir.). *Historia de la edición en España (1939-1975)*, Madrid, Marcial Pons, 2015. MARTÍNEZ MARTÍN, Jesús; MARTÍNEZ RUS, Ana y SÁNCHEZ GARCÍA, Raquel. *Los patronos del libro. Las asociaciones corporativas de editores y libreros 1900-1936*, Gijón, Trea, 2004; MARTÍNEZ RUS, Ana. «Exportando cultura: las estrategias transatlánticas de los editores españoles, 1892-1936», *Revista de la Historia de la Economía y de la Empresa*, n.º 2, 2008, pp. 183-204; MARTÍNEZ RUS, Ana. «San León Librero». *Las empresas culturales de Sánchez Cuesta*, Gijón, Trea, 2007; MARTÍNEZ RUS, Ana. *La política del libro durante la Segunda República: socialización de la lectura*, Gijón, Trea, 2003; MARTÍNEZ RUS, Ana. «La industria editorial española ante los mercados americanos del libro 1892-1936», *Hispania*, vol. 62, n.º 212, 2002, pp. 1022-1058; MARTÍNEZ RUS, Ana. *La política del libro durante la II República: socialización de la lectura*, Madrid, Universidad Complutense de Madrid, Servicio de Publicaciones (recurso electrónico), 2001; MARTÍNEZ RUS, Ana. «La proyección editorial en los mercados americanos (1901-1936)», *Pliegos de Bibliografía*, 4.º trimestre 2000 (12), pp. 31-53; MARTÍNEZ RUS, Ana. *La proyección editorial en Hispanoamérica en el primer tercio del siglo XX*, Madrid, Universidad Complutense de Madrid, tesina inédita, 1998. Agradezco a la autora que me haya facilitado un ejemplar; FERNÁNDEZ, Pura. «El monopolio del mercado internacional de impresos en castellano en el siglo XIX: Francia, España y “la ruta” de Hispanoamérica», *Bulletin Hispanique*, vol. 100, n.º 1, 1998, pp. 165-190; SÁNCHEZ VIGIL, Juan Miguel. *Calpe: paradigma editorial (1918-1925)*, Gijón, Trea, 2005; SÁNCHEZ VIGIL, Juan Miguel. *La edición en España: industria cultural por excelencia. Historia, proceso, gestión, documentación*, Gijón, Trea, 2009; GRACIA, Jordi. *Fascismo y cultura en España*, Barcelona, Anagrama, 2004; GRACIA, Jordi. *Más es más: sociedad y cultura en la España democrática, 1986-2008*, Madrid, Iberoamericana, 2009; GRACIA, Jordi. *A la intemperie. Exilio y cultura en España*, Barcelona, Anagrama, 2010.

<sup>28</sup> CATALÁN, Jordi y GIL-MUGARZA, Guillermo. «Les clusters de l'edició de Barcelone et de Madrid et leur cycle de vie depuis 1898», *Entreprises et histoire*, vol. 74, n.º 1, 2014, pp. 53-70; GIL-MUGARZA, Guillermo. «Las letras y los números. La producción española de libros en el siglo XX a través de las fuentes estadísticas», *Revista de Historia Industrial*, vol. 56, 2014, pp. 151-187.

<sup>29</sup> DE DIEGO, José Luis (dir.). *Editoriales y políticas editoriales en Argentina, 1880-2000*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2006; DE DIEGO, José Luis (dir.). *Editoriales y políticas editoriales en Argentina, 1880-2010*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2014.

<sup>30</sup> Por ejemplo, BARKER, Ronald E. *Books for all, a study of international book trade*, París, Unesco, 1956; BARKER, Ronald E. y ESCARPIT, Robert. *The book hunger*, París, Unesco, 1973.

<sup>31</sup> Una panorámica de la industria editorial internacional en ALTBACH, Philip G. y HOSHINO, Edith S. (eds.). *International Book Publishing. An Encyclopedia*, Londres y Chicago, Fitzroy Dearborn Publishers, 1995. Sobre la edición inglesa, destacamos WEEDON, Alexis (ed.). *The History of the Book in the West*, Londres, Ashgate, 2010. La edición francesa es objeto de análisis en FOUCHÉ, Pascal. *L'édition française depuis 1945*, París, Electre-Cercle De La Librairie, 1998; MOLLIÉ, Jean-Yves y SOREL, Patricia. «Histoire de l'édition, du livre et de la lecture en Europe du XVIII<sup>e</sup> au XXI<sup>e</sup> siècle», *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, n.º 126-127, 1999, pp. 39-59. Sobre el sector editorial alemán, destacamos SCHULZ, Gerd. *Buchhandels-Ploetz - Abriss der Geschichte des deutschsprachigen Buchhandels von Gutenberg bis zur Gegenwart*, Herder Editorial, 1973; RARISCH, Ilse. *Industrialisierung und*



Trabajos no académicos, pero relevantes por su valor testimonial, son los libros conmemorativos de las editoriales y las memorias personales de editores. En el primer grupo, podemos destacar, por su rigurosidad y buena contextualización histórica, el libro conmemorativo de los 175 años de Bertelsmann y el que celebra el bicentenario de la editorial española Gustavo Gili.<sup>32</sup> En el segundo grupo, destacan las memorias de Mikel Korda, Siegfried Unseld o André Schiffrin y, dentro del panorama español (o en español), las de Jorge Herralde, Esther Tusquets, Mario Muchnik, Manuel Aguilar, Jaime Salinas, Rafael Borràs o José Ruiz-Castillo Basala.<sup>33</sup>

La principal aportación empírica del libro, la reconstrucción del sector editorial español y sus mercados exteriores durante los siglos xx y xxi, se apoya en una sólida base documental obtenida en archivos primarios. Para la elaboración de este trabajo se han consultado los archivos empresariales de Salvat, Gustavo Gili, Destino, Barral Editores, Santillana, Espasa y Espasa-Calpe, y el Banco de Crédito Industrial, localizados en la Biblioteca de Cataluña, el Arxiu Nacional de Catalunya, el Archivo de Gustavo Gili, el antiguo Centro de Estudios Avanzados en Ciencias Sociales (CEACS) de la Fundación Juan March y la Fundación BBVA en Bilbao.<sup>34</sup> Los datos generales de exportación proceden de la *Estadística del Comercio Exterior de España*, disponible en la Biblioteca de Ministerio de Hacienda. El Archivo del Banco de España y, en concreto, la sección

---

*Literatur: Buchproduktion, Verlagswesen und Buchhandel in Deutschland*, Berlín, Colloquium Verlag, 1976. La evolución sector editorial estadounidense se recoge en HALL, David D. (ed.). *A History of the Book in America*, North Carolina, University of North Carolina Press, 2014. Véase también ELIOT, Simon y ROSE, Jonathan (eds.). *A Companion to the History of the Book*, Singapore, Wiley-Blackwell, 2007; SUÁREZ, Michael y WOUTDHUYSEN, Henry Ruxton (eds.). *The Book: A Global History*, Oxford, Oxford University Press, 2013.

<sup>32</sup> BERGHOFF, Hartmut. «From Small Publisher to Global Media and Service Company: Outline of the History of Bertelsmann, 1835 to 2010», en *175 Years of Bertelsmann: The Legacy for our Future*, München, Bertelsmann, 2010, pp. 8-83; GILI, Gustavo. *Editorial Gustavo Gili: una historia, 1902-2012*, Barcelona, Gustavo Gili, 2013.

<sup>33</sup> AGUILAR, Manuel. *Una experiencia editorial*, Madrid, Aguilar, 1972; BARRAL, Carlos. *Años de penitencia*, Madrid, Alianza Editorial, 1975; BARRAL, Carlos. *Los años sin excusa*, Barcelona, Barral, 1977; BARRAL, Carlos. *Los años sin excusa: memorias II*, Madrid, Alianza Editorial, 1982; BARRAL, Carlos. *Cuando las horas veloces*, Barcelona, Tusquets, 1988. BORRÀS, Rafael. *La batalla de Waterloo. Memorias de un editor*, Barcelona, Ediciones B, 2003; BORRÀS, Rafael. *La guerra de los planetas*, Barcelona, Ediciones B, 2005; BORRÀS, Rafael. *La Razón frente al Azar. Memorias de un editor*, Barcelona, Flor del Viento, 2011; HERRALDE, Jorge. *El observatorio editorial*, Buenos Aires, Editorial Adriana Hidalgo, 2004; HERRALDE, Jorge. *Por orden alfabético. Escritores, editores, amigos*, Barcelona, Anagrama, 2006; KORDA, Michael. *Editar la vida. Mitos y realidades de la industria del libro*, Madrid, Debate, 2005; SALINAS, Jaime. *Travesías: memorias (1925-1955)*, Barcelona, Tusquets Editores, 2003; MUCHNIK, Mario. *Oficio editor*, Barcelona, El Aleph Editores, 2011; RUIZ-CASTILLO BASALA, José. *El apasionante mundo del libro. Memorias de un escritor*, Madrid, Biblioteca Nueva, 1979; SCHIFFRIN, André. *La edición sin editores*, Barcelona, Destino, 2000; SCHIFFRIN, André. *El control de la palabra*, Barcelona, Anagrama, 2006; TUSQUETS, Esther. *Confesiones de una editora poco mentirosa*, Barcelona, RqueR, 2005; TUSQUETS, Esther. *Habíamos ganado la guerra*, Barcelona, Bruguera, 2007; TUSQUETS, Esther. *Confesiones de una vieja dama indigna*, Barcelona, Bruguera, 2009; UNSELD, Siegfried. *El autor y su editor*, Madrid, Taurus, 2004.

<sup>34</sup> Desde septiembre de 2013, la biblioteca y el archivo del antiguo Centro de Estudios Avanzados en Ciencias Sociales (CEACS) se han integrado dentro del Instituto Carlos III-Juan March de Ciencias Sociales (IC3JM). El Archivo de Gustavo Gili está disponible desde el año 2014 en la Biblioteca de Catalunya.

Instituto Español de Moneda Extranjera se ha explorado para analizar la evolución del sector en la etapa franquista. El Archivo General de la Administración también ha sido ampliamente consultado, especialmente las secciones de Exterior y Cultura. Los datos internacionales proceden de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco). También se han consultado distintos archivos fuera de España. Entre ellos, los archivos personales de Mario Vargas Llosa y Carlos Fuentes, localizados en el departamento de RareBooks and Collection de la Universidad de Princeton; el archivo de la institución Franklin Foundation, dentro de la Mudd Library de la misma universidad, y los American National Archives (NARA), localizados en Washington. Finalmente, las estadísticas más recientes proceden de la Federación Española de Cámaras del Libro (FEDECALI) y del Instituto del Comercio Exterior (ICEX). La información obtenida en los archivos se ha contrastado con los trabajos académicos disponibles, prensa y publicaciones periódicas (*El Libro Español*, principalmente) y con entrevistas a editores españoles y latinoamericanos.<sup>35</sup>

La estructura del libro es sencilla, siguiendo un criterio cronológico. La división de los capítulos se ha realizado en función de la historia política española, variable que ha marcado la propia evolución del sector editorial. Así, tras esta sección introductoria, el primer capítulo aborda el inicio del proceso de internacionalización del sector editorial español a comienzos del siglo xx, hasta la Guerra Civil. Los dos capítulos siguientes se ocupan de la evolución del negocio editorial internacional durante el franquismo. Más tarde, se explican los cambios sufridos en el sector editorial desde los años setenta, con especial atención al proceso de concentración editorial. El quinto capítulo ofrece una reconstrucción de las trayectorias empresariales de algunas editoriales relevantes: Espasa-Calpe, Salvat, Seix Barral y Planeta. Un último capítulo recoge las reflexiones finales del libro. La investigación combina distintos tipos de análisis: cuantitativo y cualitativo; macroeconómico, sectorial y microeconómico. Los capítulos tienen una estructura similar que permite combinar esos enfoques y abordar el tema de estudio desde lo general a lo particular. En cada capítulo se expone la situación del sector editorial español, se analizan sus mercados exteriores y su posición en el contexto internacional; se ofrecen datos cuantitativos que respaldan las afirmaciones realizadas y, finalmente, se explora la trayectoria de las editoriales más relevantes del período.

<sup>35</sup> Las entrevistas a editores han sido una parte esencial de la investigación que sostiene este libro. Mi más sincero agradecimiento a Francisco Pérez González (cofundador de Taurus y Santillana, expresidente de la Agrupación Nacional de Editores de España y consejero del Grupo PRISA), Mónica y Gabriel Gili (Editorial Gustavo Gili), Pep Carrasco (EDHASA y exsecretario del Gremi d'Editors de Catalunya), Leandro de Sagastizábal (Fondo de Cultura Económica en Argentina), Alberto Díaz (Emecé), Jorge Scarfi (Tesis), Silvia Jáuregui (Santillana Argentina), Jaime Salinas (Seix Barral, Alfaguara, Alianza Editorial), José Manuel Lara (Planeta), Hans Meinke (Círculo de Lectores), Joan Guitart (Labor) y Emiliano Martínez (Santillana).