



Concentración empresarial en el sector editorial: el caso de Penguin Random House

Fernando Cruz Quintana¹

Recibido: 19 de mayo de 2023/ Aceptado: 25 de noviembre de 2023

Resumen. Este artículo presenta un análisis histórico y contextual de cómo se llevó a cabo el proceso de concentración que dio lugar a la creación de la editorial transnacional Penguin Random House. En este relato se recorren diferentes etapas y se teoriza respecto de la importancia que han tenido las tecnologías de cada época y los procesos económicos para la conformación de grandes consorcios con intereses en la producción cultural. Precisamente, el trabajo pasa lista a uno de estos grupos: Bertelsmann, una empresa alemana con intereses en diferentes ámbitos de la cultura y que ha hecho de Penguin Random House su brazo editorial. Hacia el final, el trabajo enfatiza en el escenario Iberoamericano y da cuenta de la manera en que Penguin Random House se ha hecho de sellos y editoriales en habla hispana.

Palabras clave: Concentración; Concentración editorial; Penguin Random House; Industria editorial; Edición en habla hispana

[en] Business concentration in the publishing sector: the case of Penguin Random House

Abstract. This article presents an historical and contextual analysis of the concentration process that led to the creation of the transnational publishing house Penguin Random House. In this story, different stages are covered. The article theorizes about the importance of each moment's technology and the economic processes have had for the formation of large consortia with interests in cultural production. Precisely, the work lists one of these groups: Bertelsmann, a German company with interests in different fields of culture and which has made Penguin Random House its publishing arm. Towards the end, the work emphasizes the Ibero-American scene and accounts for the way in which Penguin Random House has acquired Spanish-speaking labels and publishers.

Keywords: Concentration; Editorial concentration; Penguin Random House; Publishing industry Spanish-speaking edition.

Sumario. 1. Introducción. 2. Marco teórico y metodológico. 3. Random House, su fundación y su expansión doméstica. 4. Random House, brazo editorial del grupo Bertelsmann, y su expansión en el mercado del libro en español. 5. Conclusiones. 6. Referencias bibliográficas

¹ Universidad Nacional Autónoma de México
E-mail: fernandocruz@politicas.unam.mx

Cómo citar: Cruz Quintana, F. (2023) Concentración empresarial en el sector editorial: el caso de Penguin Random House, en *Revista General de Información y Documentación* 33 (2), 695-714.

1. Introducción

Desde las décadas finales del siglo XX y coincidentemente con el auge de las políticas neoliberales que favorecían el libre mercado entre naciones, en todo el mundo se han experimentado procesos de concentración empresarial en las industrias culturales y los medios de comunicación masiva. Ningún ámbito ha sido la excepción: lo mismo compañías de cine o televisión, que de revistas, diarios, libros y música presentan ejemplos de fusión o adquisición de empresas que han modificado el escenario comercial de la cultura. En una primera lectura, esto es una consecuencia invariable del desarrollo del capitalismo moderno, pero en términos de sus implicaciones, los procesos de concentración han abierto la reflexión y el debate y respecto de si suscitan o promueven una hibridación, o una estandarización cultural que elimina la diversidad.

El objetivo de este trabajo es mostrar un ejemplo de concentración empresarial al documentar la manera en que ha ocurrido la conformación de los sellos editoriales de la transnacional Random House desde finales del siglo XX hasta la fecha (cumplidas ya dos décadas del nuevo milenio). Como se explicará en este relato de expansión comercial, la empresa protagonista de este trabajo ha tenido diversas denominaciones. Actualmente pertenece al grupo alemán Bertelsmann, lleva por nombre Penguin Random House y es una verdadera editorial de alcance global, que cuenta entre sus filas a editoriales españolas, argentinas y mexicanas, que en su momento fueron independientes, pero ahora forman parte de un conglomerado en constante expansión.

No se trata sólo de documentar la historia de una estrategia comercial que ha avanzado paulatinamente en el mundo anglosajón e Iberoamérica, sino de reflexionar en torno a las implicaciones que esto ha tenido en la disminución de ofertas independientes. Aunque el caso de Penguin Random House no es el único ejemplo de concentración editorial (De Diego, 2012), sí es uno de los más agresivos en todo el mundo.

2. Marco teórico y metodológico

Este trabajo se realiza desde la perspectiva de la Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (EPICC), la cual constituye el “*estudio de las relaciones sociales, particularmente las relaciones de poder, que mutuamente constituyen la producción, distribución y consumo de recursos [...] de comunicación.*” (Mosco, 2006: 59) La pretensión es ver cómo operan los negocios comunicacionales y cómo los productos culturales transitan de etapas productivas, a momentos de distribución, comercialización y consumo. Dicho de otro modo, la EPICC delimita muy bien diferentes momentos que se pueden estudiar respecto de todos los procesos de trabajo de una industria cultural.

Adicionalmente, la visión de la EPICC será complementada con algunos elementos de la propuesta metodológica de John B. Thompson, quien a su vez adapta la teoría sociológica de Pierre Bourdieu al estudio de la industria editorial. Particularmente, la noción de campo resulta muy útil para analizar lo que ocurre en el negocio de los libros.

Un campo es un espacio estructurado de posiciones sociales que pueden ser ocupados por agentes y organizaciones, y en el que la posición de cualquier agente u organización depende del tipo y cantidad de recursos o “capital” que tenga a su disposición. Cualquier ámbito social —un sector empresarial, una esfera de la educación, un dominio en el deporte— puede ser tratado como un campo en el que los agentes y las organizaciones se vinculan entre sí en relaciones de cooperación, competencia e interdependencia. Los mercados son una parte importante de algunos campos, pero los campos siempre son más que mercados. Se componen de agentes y organizaciones, de muy diferente tipo y cantidad de poder y recursos, de una variedad de prácticas y de formas específicas de competencia, colaboración y recompensa. (Thompson, 2012: 3-4)²

Para mostrar poder dar cuenta del paulatino crecimiento de una editorial que en sus inicios tuvo sus fronteras en los Estados Unidos y después se amplió por todo el planeta, recurriré a un relato en el que iré entrelazando datos históricos, voces de los actores que participaron de este proceso y reflexiones teóricas que permitan enmarcar el fenómeno que aquí se presenta. Para cumplir con este propósito, además de brindar elementos contextuales que permitan entender el zeitgeist de diferentes épocas, he realizado un seguimiento de acuerdos comerciales en fuentes hemerográficas, bibliográficas y en línea. A veces, predomina el carácter periodístico, pero en algunos casos pude entablar un diálogo entre distintas fuentes, como cuando puedo dar voz a los propietarios de las editoriales mencionadas, quienes hablan precisamente sobre su participación en el escenario comercial del libro.

Si bien al inicio abordé el tema de Random House en el contexto nacional de su surgimiento, llegados a los años más recientes, será posible observar cómo el entorno editorial en Iberoamérica también ha resentido el impacto de la expansión de una empresa editorial creada en el mundo anglosajón. Particularmente,

² “A field is a structured space of social positions which can be occupied by agents and organizations, and in which the position of any agent or organization depends on the type and quantity of resources or ‘capital’ they have at their disposal. Any social arena —a business sector, a sphere of education, a domain in sport— can be treated as a field in which agents and organizations are linked together in relations of cooperation, competition, and interdependency. Markets are an important part of some fields, but fields are always more than markets. They are made up of agents and organization, of very different kinds and quantities of power and resources, of a variety of practices and of specific forms of competition, collaboration, and reward.” La traducción es mía.

editoriales españolas, argentinas y mexicanas que en su momento fueron independientes, ahora se han transformado en sellos de un grupo editorial hiper concentrado.

Confío que, al hacer evidente un proceso de concentración editorial que ha ocurrido lenta y paulatinamente, estaremos en una mejor posición para analizar y comprender fenómenos comunicativos que suponen la desaparición de la diversidad o de las voces independientes en detrimento de las grandes corporaciones y lógicas mercantiles.

3. Random House, su Fundación y su expansión doméstica

La producción de libros a gran escala y el surgimiento de una verdadera industria editorial no ocurrió sino hasta el siglo XX, cuando las tecnologías de reproducción de la época y una fase avanzada del capitalismo así lo permitieron. Durante la primera mitad del siglo XX, en países de América, como México o los Estados Unidos, se generaban las condiciones de lo que más tarde conformaría una industria editorial. En México, por ejemplo, la incursión de los exiliados españoles en las décadas de 1930 y 1940 sentó las bases para la modernización del pensamiento en un país que recién abandonaba una profunda revolución social y política. Este cambio tuvo como uno de sus pilares la creación de instituciones culturales como la Casa de España y el Fondo de Cultura Económica. (Garciadiego, 2016)

En Estados Unidos, por su parte, los años 20 significaron una verdadera “Edad de Oro” en materia de publicaciones (Tebbel, 1987: 271-272). En este tiempo surgieron algunas de las editoriales que posteriormente dominarían el mercado de aquel país. El editor Jason Epstein³ recuerda el contexto editorial de aquellos años

En la década de 1950, la publicación de libros aún constituía la industria de pequeña escala y altamente personal que había sido desde la década de 1920, cuando una notable generación de hombres jóvenes y algunas mujeres, muchos de ellos judíos que no eran bienvenidos en las editoriales de la época, rompieron con sus gentiles predecesores y arriesgaron su fortuna personal y suscitaban la desaprobación de sus mayores al promover agresivamente la literatura y las ideas del modernismo. (2012: Capítulo 1, párrafo 9)

Entre estas editoriales que menciona Jason Epstein y que fueron creadas en aquellos años, las dos más destacadas fueron Simon & Schuster, fundada por Richard L. Simon y M. Lincoln Schuster en 1924; y Random House, establecida

³ Jason Wolkow Epstein (25 de agosto de 1925 - 4 de febrero de 2022) fue un editor estadounidense que trabajó durante mucho tiempo en dos de las principales casas editoras de los Estados Unidos: primero en Doubleday (que fue fundada en 1897), probablemente la editorial más exitosa en la primera mitad del siglo XX; y posteriormente en Random House, de la que fue editor en jefe de 1976 a 1995.

por Bennett Cerf y Donald Klopfer en 1927. Ambas se sumaban a Doubleday & Mclure Company, que desde 1897 se dedicaba a la edición de libros y ya para la década de los 40 se convertiría en la más exitosa en el mundo anglosajón. (Whiteside, 1981: 225-226)

Más allá de una colección de nombres es importante esbozar aquí las características generales de por qué aquellos años fueron el terreno fértil para que floreciera el negocio editorial. En primer lugar, al igual que con el contexto social mexicano, los Estados Unidos no vivieron en su territorio el conflicto armado de la Primera Guerra Mundial y este hecho permitió un crecimiento constante de la población. Además, la adopción de nuevas legislaciones que protegían el *copyright*, ayudaron a crear condiciones propicias para la edición de libros que se reproducirían masivamente. (Lofquist, 1995: 343) Aunado a esto, el desarrollo tecnológico de la época en materia de impresión permitió abaratar los costos para la reproducción de diarios, revistas y libros y esto creó un amplio público lector. (Benton, 2000: 13)

Estas eran las características generales en las que se formaba una industria editorial en los Estados Unidos y Bennett Cerf tuvo muy claro que, si quería hacer crecer a Random House y a todo el sector editorial, tenía que apoyarse de otras industrias de la cultura, como comenta su hijo, Christopher Cerf:

[...] mi padre ayudó a guiar a Random House, y la industria editorial de entonces, a través de una segunda revolución: entendió que los cambios sísmicos de la cultura de masas antes y mucho más a fondo que cualquiera de sus contemporáneos, usó la tecnología y la llegada de la televisión a finales de 1940 y los puso a su servicio para reformar el negocio de los libros, a una velocidad acorde con un ritmo de vida cada vez más acelerado.” (Citado en Cerf, 2013: 10)

Además de su alianza estratégica con el sector televisivo, Cerf sabía que una de las mejores maneras de crecer era mediante procesos de adquisición o compra de otros sellos editoriales. El 1 de abril de 1936, Random House se fusionó con la editorial Smith & Haas —exitosa firma de la época sobre todo por sus publicaciones infantiles—, con lo que agregó en ese momento a un tercer socio, Robert Haas, (*The New York Times*, 30 de enero de 1936) quien en 1956 acabaría vendiendo sus acciones a Cerf y Klopfer. Con esta estrategia de concentración, Random House no sólo ampliaba su catálogo editorial, sino que al mismo tiempo eliminaba la competencia. Lo que inició con la absorción de Smith & Haas fue el principio de una larga historia de adquisiciones que derivó en la creación de una empresa hiperconcentrada.

El editor Michael Korda recuerda en sus memorias que tras la decisión de Random House de cotizar en la bolsa en 1959, otras empresas, como Simon and Schuster, donde él trabajaba, hicieron lo mismo. (1999: 437) Esta situación puede ser ilustrativa del tamaño del negocio que ya para entonces generaba la venta de libros en los Estados Unidos. Tan sólo un año después de eso, Random House

adquirió los sellos Alfred A. Knopf y Beginner Books, y en 1961 Phanteon Books. (Schiffirin, 2001: 23-24)

En un cambio inesperado en este relato de concentración, en 1965 Random House fue adquirida por la Radio Corporation of America, una empresa ajena al sector editorial (posteriormente se rebautizaría como RCA Corporation para eliminar su asociación exclusiva con la radio). Esta situación de imbricaciones entre industrias culturales diferentes no fue excepcional, como relata André Schffrin:

La compra de Random House por RCA sólo era un caso más en una gran marea de adquisiciones. Otros grupos de electrónica/entretenimiento habían seguido este ejemplo y comprado editoriales. En esa época Wall Street ardía en rumores sobre la idea de sinergia. Se suponía que RCA entraba en el nuevo campo de las máquinas de enseñar, primera e infructuosa versión de lo que más tarde serían las computadoras. (...) Random no era lo que RCA suponía, al igual que Holt no había sido lo que CBS esperaba o lo que Raytheon esperaba, por citar las otras adquisiciones importantes de la época. Todos estos reagrupamientos iban a deshacerse al cabo de unos años, dejando a las editoriales varadas como ballenas en la arena, sin saber quién podría venir a socorrerlas. (2001: 55-56)

Aunque el esfuerzo de RCA por diversificar sus activos con la adquisición de Random House no prosperará del modo en que hubieran deseado los compradores, este hecho mostró una de las modalidades de concentración que se suscitan cuando ya no es posible crecer dentro de un mismo sector: la concertación vertical, que ocurre cuando se asocian empresas que no pertenecen al mismo rubro productivo o no son competidoras entre sí.

En 1980 RCA vendió Random House a Advance Publications. Con esta acción, el control de la editorial regresaba a manos de otra empresa del sector de los libros. Ya como parte de esta nueva compañía, Random House mantuvo su nombre pues en el campo editorial una de las cosas que más se aprecian es la percepción simbólica de un sello que se ha caracterizado por hacer libros de calidad. En 1988 su expansión continuó y adquirieron a la también prestigiosa editorial Crown Publishing Group, (Mitgang, 16 de agosto de 1988) que contaba con una larga tradición en los Estados Unidos.

Quisiera detener por un momento el relato histórico de la concentración de Random House para anotar algunas reflexiones. La primera tiene que ver con el hecho de que, desde su creación hasta finales del siglo XX, Random House no cesó de adquirir editoriales como parte de su marca. No se detuvo ni siquiera en el momento en que ella misma fue adquirida por RCA o cuando fue parte de Advance Publications. Aquí no me es posible comparar, más allá de las adquisiciones que he mencionado, cuántos sellos editoriales fueron creados originalmente al interior de la propia empresa.

Como he tratado de mostrar en este recuento histórico, fue evidente el crecimiento que Random House tuvo durante todo el siglo XX al interior de los

Estados Unidos a costa de adquirir empresas del sector librero. La lógica que la hizo comprar otros sellos editoriales fue sobre todo una comercial, aunque en el fondo, o en detalle, se explica por distintas circunstancias:

Las razones que explican la carrera de compras y ventas de editoriales son varias: se compran porque en el mundo editorial la mejor manera de crecer es absorber, porque se buscan economías de escala o se aprovechan sinergias, ya que el grupo proporciona la estructura común de abastecimientos, logística, administración, marketing; pero también por el deseo de convertirse en grupos multimedia, porque invertir en fondos editoriales es apostar por un negocio estable, ya que se obtiene un valor añadido de la utilización de fondos editoriales prestigiados y, sobre todo, porque buscan desarrollar mercados potenciales. (Gómez-Escalonilla, 2003: 40)

Al tiempo que se compran varios activos, en el campo editorial se obtienen a su vez capitales simbólicos generados por todo el prestigio que enmarca a un sello editorial. Con cada proceso de fusión se adquieren obras y autores, pero también se aporta el estilo editorial y la tradición de editoriales que pudieran ser símbolos de cierta categoría de libros.

Llegados a los años 80 en el siglo XX, las industrias culturales iniciaron una etapa de expansión internacional:

[...] el proceso de constitución de un mercado de bienes culturales a escala mundial no es lineal ni homogéneo en los diferentes sectores de producción, tampoco en los diferentes sectores del mercado del libro. Comenzó con el mercado del arte luego de la Segunda Guerra Mundial, mientras que, en el sector del libro, aunque se puede hablar de internacionalización a partir de mediados del siglo XIX, sólo desde la década de 1980 se empezó a observar la formación de un mercado mundial del libro, en el que los mercados nacionales de gran crecimiento se fueron involucrando progresivamente. (Sapiro, 2021: 18)

Además de este crecimiento comercial, la era digital comenzaba a transformar todos los procesos productivos del libro y esto revolucionó la administración de todo el trabajo de producción en las industrias de la cultura, pero particularmente el de la industria editorial. (Hall, 2014: 7-10) Piénsese, por ejemplo, en lo sencillo que es hoy en día gestionar el trabajo de un “manuscrito” en un archivo digital que será comentado, corregido y formado para su impresión o para la creación de un formato de libro electrónico.

Detuve el relato de cómo Random House se convirtió en una empresa híper concentrada en el año 1980, cuando fue adquirida por Advance Publications. En 1988 ocurrieron dos hechos que continuaron con la transfiguración de Random House: en primer lugar, adquirieron el grupo Crown Publishing (*Los Angeles Times*, 16 agosto de 1988), que se destacaba sobre todo por sus publicaciones de no

ficción y que había sido fundada desde 1933; y, en segundo lugar, vendieron a McGraw-Hill su división de libros de texto (McDowell, 29 de septiembre de 1988).

En este punto cobra relevancia la propuesta de John B. Thompson de estudiar a la industria editorial a partir del concepto de campo. Si a Random House no le interesaba crecer en el campo de los libros de texto, era sobre todo porque sus competencias históricas —que a su vez se traducían en capital simbólico reconocido por los lectores—, lo ligaban más con la publicación de otro tipo de libros como la literatura o la no ficción no escolar. Además, los dos grandes grupos que dominaban desde ese entonces en el campo de los libros de texto en inglés eran McGraw Hill y Pearson.

En 1998 Random House fue adquirida por el grupo alemán Bertelsmann por una suma que osciló cerca de los 2 mil millones de dólares. Este no fue el primer esfuerzo del grupo alemán por crear un grupo editorial con verdadero alcance mundial: inició con la compra de Bantam en 1977, que concretó al 100 por ciento para 1980 (Becker, 2017: 145); y continuó en 1986, con la adquisición del sello Doubleday. Además de esto, Bertelsmann ingresó al mundo editorial en habla hispana y en un lapso de 21 años —de 1977 a 1998— compró a las editoriales españolas Plaza & Janes, en 1984; Debate, en 1994; y Lumen en 1997. En 1998, el mismo año en que obtuvo el control de Random House, incursionó ahora en América Latina al adquirir la editorial argentina Sudamericana.

4. Random House, brazo editorial del grupo Bertelsmann, y su expansión en el mercado del libro en español

Uno de los mejores ejemplos de concentración de empresas mediáticas e industrias culturales a nivel global lo constituye el grupo alemán Bertelsmann. Me es imposible aquí realizar el desarrollo histórico de este consorcio transnacional⁴, pues mi objetivo es centrarme en el caso de Random House —a la postre Penguin Random House como explicaré en este apartado— que constituye la división editorial de esta empresa alemana. Actualmente, en 2023, el Grupo Bertelsmann se conforma del siguiente modo:

Tabla 1. División estructural Bertelsmann

RTL Group	Es una empresa de entretenimiento que genera contenido para televisión, radio y streaming. Cuenta con 56 canales de televisión, 8 servicios de streaming y 36 estaciones de radio. Opera principalmente en Europa.
-----------	--

⁴ Dos referencias que permiten entender el desarrollo histórico y comercial del grupo Bertelsmann son: Fitzgerald, Scott (2012). *Corporations and Cultural Industries*. Time Warner, Bertelsmann y News Corporation. Estados Unidos: Lexington Books y Becker, Jörg (2017). “Bertelsmann SE & Co.” en Birkinbine, Benjamin J.; Gómez, Rodrigo y Wasko, Janet (eds.). *Global Media Giants*. Nueva York; Londres: Routledge. 144 -162 pp.

Penguin Random House	Es la editorial de libros más grande todo el mundo. Emplea a más de 10 mil personas y cuenta con más de 300 sellos editoriales que operan en todos los continentes.
Bertelsmann Music Group (BMG)	Es la cuarta compañía de música más grande del mundo, provee servicios de streaming, de producción con su sello musical, y de edición de música. Cuenta con 22 oficinas en 13 mercados musicales centrales y representa a más de 3 millones de canciones y grabaciones, incluidos muchos de los catálogos más reconocidos y exitosos en la historia de la música popular.
Arvato	Es una empresa de servicios internacionalmente activa que desarrolla e implementa soluciones innovadoras para clientes comerciales de todo el mundo. Ofrecen servicios Supply Chain Management (cadena de suministros), servicios financieros y servicios TI (internet táctico), como innovaciones en automatización y datos/análisis.
Bertelsmann Printing Group (BPG)	Esta división une las actividades de impresión y marketing directo de Bertelsmann. Se conforma por un conjunto de empresas de impresión offset alemanas, operaciones de impresión de huecograbado en Alemania y el Reino Unido, y plantas de impresión digital y offset en los Estados Unidos que se especializan en la producción de libros. La división también incluye la agencia de publicidad MBS, RTV Media Group y Sonopress.
Bertelsmann Educational Group (BEG)	Constituye la división encargada de generar contenidos y servicios de educación, marcadamente en el tema sanitario y de salud. Ofrecen formas innovadoras de enseñanza y aprendizaje para estudiantes y profesionales, y soluciones de gestión del rendimiento para organizaciones.
Bertelsmann Investments	Comprende las actividades de capital de riesgo global de Bertelsmann, así como la unidad de crecimiento Bertelsmann Next. El brazo de capital de riesgo incluye fondos y participaciones directas en mercados que incluyen Europa, Estados Unidos, Brasil, el sudeste asiático y África. La unidad Bertelsmann Next impulsa el desarrollo empresarial de nuevos sectores de crecimiento y áreas comerciales, incluida la salud digital, los juegos móviles y la tecnología de recursos humanos. Hasta la fecha, se han invertido alrededor de mil 700 millones de euros en más de 400 empresas y fondos innovadores a través de Bertelsmann Investments.

Fuente: Sitio Web Bertelsmann (2023) y Becker (2017: 146-149)

Bertelsmann es en sí misma un doble ejemplo de concentración: vertical y horizontal. Vertical porque, aunque “Cada división es responsable de un área específica de negocios, [...] todas trabajan juntas bajo el paraguas del Grupo Bertelsmann para aprovechar las sinergias donde existan.” (Becker, 2017: 146) Por poner un solo ejemplo, al tener divisiones editoriales —y con ello derechos de publicaciones—, le es más fácil generar a partir de ellas producciones audiovisuales, como pasó con la publicación de la novela *One Day* de David Nicholls (2009), que después fue adaptada al cine con capital de Bertelsmann (Dir. Lone Scherfig, 2011). Además de esto, Bertelsmann cuenta con una división de impresión que es aprovechada para generar los libros que comercializa en prácticamente todo el mundo.

Hasta ahora, el relato presentado en este trabajo contó la historia de una editorial estadounidense que se expandió al interior de su propio país. Una vez que el grupo Bertelsmann la adquirió en 1998, comenzó la expansión de Random House por el mundo y en diferentes mercados lingüísticos del libro. A partir de aquí, me centraré sobre todo en aquellas editoriales que tienen que ver con el mundo de libro en habla hispana.

La primera de las decisiones que se tomó en Random House ya como parte de Bertelsmann, apuntaba a una futura fusión que nunca ocurrió: me refiero al convenio de colaboración que establecieron en 1999 con la editorial Planeta⁵ para hacer ediciones de bolsillo⁶ de sus catálogos y que serían editadas bajo el sello denominado “Debolsillo”. Éste sello fue compartido por ambas editoriales durante dos años y, en enero de 2001, Random House se quedó con el 100 por ciento de sus acciones. Hasta la fecha, es uno de los sellos clave de la editorial pues le permite hacer ediciones económicas de libros que publica en todo su catálogo y en España, en aquellos años, había un nicho de crecimiento importante para estas publicaciones⁷.

En ese mismo 2001, Bertelsmann realizó otra gran adquisición al comprar el 50 por ciento de las acciones de la editorial italiana Mondadori. Con esta incorporación Bertelsmann dio un aviso de lo que supondría su deseo expansionista por todo el mundo. Este acuerdo no supuso un convenio cualquiera: se consolidó un grupo denominado Random House Mondadori que integró múltiples sellos de dos empresas librerías concentradas; como dato relevante para México, la editorial Grijalbo formaba parte ya de Mondadori desde 1989 y ahora era convertida en un sello más de este nuevo grupo.

La asociación Random House Mondadori funcionó durante 11 años con una participación del 50 por ciento para cada una de las empresas que conformaron este grupo. En este tiempo, se sumaron otros sellos en habla hispana como las editoriales Bescoa o Rosa del Vents. En noviembre de 2012, Bertelsmann compró a Mondadori el 50 por ciento restante de sus acciones y se convirtió en el único dueño de la empresa.

Tras la adquisición completa de Mondadori, esta empresa se convirtió en un sello más de Random House. Un año después, el 1 de julio de 2013, Bertelsmann y

⁵ Actualmente el Grupo Planeta es una empresa multimediática, que además de ser la principal editora de libros en habla hispana, cuenta con intereses en medios de comunicación, como la Radio, Prensa y Televisión; y con presencia en Europa, América Latina, Estados Unidos y el norte de África.

⁶ El formato de bolsillo es generalmente más pequeño que el estándar de un libro. Suele ser impreso en tapa blanda y con papel de menor calidad, lo que hace que su precio sea más asequible que otras ediciones.

⁷ Comparativamente en aquellos años, el mercado de libros de este formato en España se situaba en torno al 10% con respecto del total de las publicaciones; situación contraria a lo que ocurría en otros países del viejo continente como Alemania, cuyo margen era de 55%, Francia con 40%, Inglaterra con 45%, e Italia un 15%. (Castilla, 10 de marzo de 2000)

la editorial Pearson PLC⁸ anunciaron una asociación de trabajo sin precedentes pues juntaría a los dos más grandes grupos editoriales en habla inglesa; llevaría por nombre Penguin Random House. “Penguin books” era el sello literario de Pearson PLC, empresa que sobre todo se dedicaba a editar contenidos educativos. El acuerdo de fusión creó una asociación en la que Bertelsmann tendría el 53 por ciento de las acciones y Pearson el 47 restante. (*El País*, 1 de julio de 2013) Con esta sociedad no sólo crecía en por el número de sellos editoriales que eran parte de un mismo grupo, también la visión del negocio internacional se modificó y se empezaron a crear directivas que controlaban diferentes regiones geográficas; la que representaba al mercado en habla hispana se encontró en Barcelona y llevó el nombre de Penguin Random House Grupo Editorial.

Uno de los procesos de adquisición que más impactó al sector del libro en habla hispana lo constituyó la compra de los sellos literarios de Santillana Ediciones Generales. Este grupo editorial español se dedicaba a la edición de libros de texto y de literatura, pero lo que adquirió Penguin Random House fue sólo la sección de literatura —excepto la infantil y juvenil— y entre los que destacan los sellos Aguilar, Taurus o Alfaguara⁹.

La asociación de Bertelsmann y Pearson, casi equitativa en sus inicios, fue cediendo terreno en favor de la empresa alemana. En julio de 2017, Bertelsmann compró a Pearson otro 22 por ciento de sus acciones, por una cifra cercana a los mil millones de dólares. (Millán, 11 de julio de 2017) Con esto, la participación de Bertelsmann era ya de 75 por ciento. En ese mismo año, Penguin Random House adquirió Ediciones B, otra de las principales editoriales españolas, por 40 millones de euros. (Geli, 8 de abril 2017)

De 2017 a 2019 la incorporación más destacada que tuvo Penguin Random House fue la de Salamandra. (*El Economista*, 3 de mayo de 2019) Entrevistada a propósito de esta venta a Penguin Random House, la editora y fundadora de Salamandra, Sigrid Kraus comentó:

Era la manera más elegante de que pudiera hacerlo. Su retiro implicaba que tenía que empezar a preocuparme más por su parte —los números, la distribución...— y menos de lo puramente editorial. Y, además, él se queda como consejero. En realidad, no cambia nada para nadie. (Citada en Seisdedos, Galindo y Antón, 4 de mayo de 2019)

⁸ Pearson PLC es una empresa editorial fundada en 1840 como una empresa de construcción que se cambió al rubro editorial en 1920. Actualmente es la principal editora de libros de texto en inglés en todo el mundo, rubro al que se dedica exclusivamente; anteriormente a su convenio con Bertelsmann también editaba libros de literatura.

⁹ Alfaguara se ha caracterizado, entre muchas otras cosas, por ser la editorial que publicó a muchas de las grandes figuras de la literatura hispanoamericana de la segunda mitad del siglo XX, como Julio Cortázar, Carlos Fuentes o Mario Vargas Llosa, por citar sólo unos ejemplos. Tras vender sus sellos literarios, Santillana Ediciones Generales se dedicó exclusivamente a editar contenidos educativos.

Sus palabras son relevantes en este relato de concentración: revelan algunas de las opiniones que tienen los editores o dueños de las editoriales que son adquiridas por un grupo más grande. En el mejor escenario, la toma de decisiones respecto de qué publicar continúa en manos de quienes siempre lo habían hecho y lo que se cede es el control administrativo de una empresa.

A finales del 2019, el grupo Bertelsmann anunció el desembolso de 675 millones de dólares para adquirir a Pearson el 25 por ciento restante de las acciones que tenía en Penguin Random House. Tras esta adquisición, Thomas Rabe, presidente y director ejecutivo de Bertelsmann, y presidente de la junta directiva de Penguin Random House, mostró su entusiasmo y dejó en claro que los intereses expansionistas de su empresa estaban lejos de concluir:

La adquisición al 100 por ciento representa un hito para Bertelsmann. Nos convertiremos en el único propietario del grupo editorial comercial más grande del mundo, que establece estándares con su diversidad creativa, el poder de su marketing global y su fuerza comercial. Continuaremos expandiendo Penguin Random House en los próximos años, a través del crecimiento orgánico y adquisiciones. El negocio del libro es parte de la identidad de Bertelsmann. (citado en Bertelsmann, 18 de diciembre de 2019)¹⁰

El más reciente capítulo en esta historia de concentración ocurrió el 25 de noviembre de 2020: Penguin Random House había alcanzado un acuerdo para comprar la editorial estadounidense Simon & Schuster —con sus más de 30 sellos— a ViacomCBS¹¹ por 2 mil 175 millones de dólares. Sin embargo, el 2 de noviembre de 2021 el Departamento de Justicia de los Estados Unidos presentó una demanda civil antimonopolio para bloquear este acuerdo. El alegato, que al final impidió esta transacción, era que tras esta adquisición se crearía una editorial preponderante que afectaría negativamente a la competencia en el mercado por los derechos de publicación de libros en Estados Unidos.

Tras este impedimento de compra parece que Penguin Random House ha alcanzado su tope de expansión en el mundo anglosajón. Sin embargo, derivado de esto, la expansión en otros mercados del libro podría acelerarse. Iberoamérica constituye un terreno ideal para que la expansión continúe, pues aún existen muchas editoriales que mantienen independencia respecto a un gran grupo

¹⁰ “The increase to 100 percent is a milestone for Bertelsmann. We will become the sole owner of the world’s biggest trade publishing group, which sets standards with its creative diversity, global marketing power, and commercial strength. We will continue to expand Penguin Random House in the coming years, through organic growth and acquisitions. The book business is part of Bertelsmann’s identity.” La traducción es mía.

¹¹ ViacomCBS es un conglomerado estadounidense que cuenta con intereses en el Cine, la Televisión, publicaciones impresas y medios digitales. En febrero de 2022 se renombró como Paramount Global.

transnacional. En la Tabla 2¹², se muestra la trayectoria expansionista de Bertelsmann en materia de libros en español.

Tabla 2. Sellos en español de Penguin Random House

Sello editorial	Lugar de origen	Año de creación	Año de surgimiento o de anexión a Bertelsmann	Modo de incorporación a PRH
Aguilar	España	1923	2014	Adquirido tras compra de Santillana
Alamah	España	Sin datos	2014	Adquirido tras compra de Santillana
Alfaguara	España	1964	2014	Adquirido tras compra de Santillana
Alfaguara Infantil y Juvenil	España	Después de 1980	2014	Adquirido tras compra de Santillana
Altea	España	1980	2014	Adquirido tras compra de Santillana
B de Blok	España	Después de 1987	2017	Adquirido tras compra de Ediciones B
B de Bolsillo	España	Después de 1987	2017	Adquirido tras compra de Ediciones B
Beascoa	España	1981	2001	Adquirido de Random House Mondadori
Brugera	España	1910 (Con el nombre de El Gato Negro)	2017	Adquirido tras compra de Ediciones B

¹² Esta tabla muestra el detalle de los sellos editoriales en español de Penguin Random House. Algunos de éstos nacieron como editoriales independientes, otros como sellos de otra empresa y finalmente unos más como sellos originales. Además, se observa el lugar y la fecha de creación. En ocasiones el dato temporal del surgimiento no me es posible determinarlo con exactitud; en esos casos he anotado un aproximado. Finalmente, la tabla muestra si el sello en cuestión fue adquirido por el grupo Bertelsmann directamente, o a través de Random House (1998-2001), Random House Mondadori (2001-2011) o Penguin Random House (2011- a la fecha).

Sello editorial	Lugar de origen	Año de creación	Año de surgimiento o de anexión a Bertelsmann	Modo de incorporación a PRH
Caballo de Troya	España	2004	2004	Creado por Random House Mondadori
Cliper +	España	2015	2015	Creado por Penguin Random House
Conecta	España	2011	2011	Creado por Random House Mondadori
Debate	España	1977	1994	Adquirido por Bertelsmann
Debolsillo	España	1999 (compartida entre Random House y Planeta)	2001 (adquirida en su totalidad por Random House)	Creado por Random House y Planeta
Distrito Manga	España y México	2022	2022	Creado por Penguin Random House
Ediciones B	España	1987	2017	Adquirido tras compra de Ediciones B
Flash	España	2012	2012	Creado por Random House Mondadori
Grijalbo	México	1939	2001	Adquirido tras fusión de Mondadori y Random House
Literatura Random House (antes Mondadori)	Italia	1907 (Se creó con el nombre Mondadori)	2001 (Es parte desde este año de Random House) 2014 (Se cambia de nombre por Literatura Random House)	Creado por Random House Mondadori con base en el catálogo de Mondadori
Lumen	España	1960	1997	Adquirido por Bertelsmann
Molino	España	1933	2021	Adquirido por Penguin Random House al Grupo RBA.
Montena	España	1976	2001	Adquirido tras fusión de Mondadori y Random House

Sello editorial	Lugar de origen	Año de creación	Año de surgimiento o de anexión a Bertelsmann	Modo de incorporación a PRH
Nova	España	1987 (Comenzó a ser sello de Ediciones B)	2017	Adquirido tras compra de Ediciones B
Nube de Tinta	España	2012	2012	Creado por Random House
Origen	España	2017	2017	Creado por Penguin Random House
Penguin clásicos	España	2015	2015	Creado por Penguin Random House
Penguin kids	España	2021	2021	Creado por Penguin Random House
Plaza y Janes	España	1959	1970	Adquirido por Bertelsmann
Random Comics	España	2018	2018	Creado por Penguin Random House
Reservoir Books	España	1998	2001	Adquirido tras fusión de Mondadori y Random House
Salamandra	España	1989 (Filial de la editorial argentina Emecé) 2000 (Cambio de denominación a Salamandra)	2019	Adquirido tras compra de Salamandra
Salamandra de Bolsillo	España	Después del año 2000	2019	Adquirido tras compra de Salamandra
Salamandra Graphic	España	2014	2019	Adquirido tras compra de Salamandra
Salamandra Infantil y Juvenil	España	Después del año 2000	2019	Adquirido tras compra de Salamandra
Selecta	España	2018	2018	Creado por Penguin Random House
Sudamericana	Argentina	1939	1998	Adquirido por Bertelsmann

Sello editorial	Lugar de origen	Año de creación	Año de surgimiento o de anexión a Bertelsmann	Modo de incorporación a PRH
SUMA de letras	España	2000	2014	Adquirido tras compra de Santillana
Taurus	España	1954	2014	Adquirido tras compra de Santillana
Vergara	Argentina	1975 (con el nombre de Javier Vergara Editor)	2017	Adquirido tras compra de Ediciones B

Fuente: Elaboración propia a partir del sitio web de Penguin Random House Grupo Editorial y cotejo de diferentes fuentes bibliográficas y en línea.

De acuerdo con datos del portal Statista, para 2021 Penguin Random House contaba con cerca de 12 mil empleados repartidos por todo el mundo. (marzo, 2022)¹³. Tan solo la división que corresponde a Iberoamérica, Penguin Random House Grupo Editorial, tiene oficinas en nueve países: España, Portugal, Colombia, Argentina, México, Chile, Uruguay, Perú y Estados Unidos (las sedes de Miami y Nueva York también publican en español). Su división en español cuenta con 48 sellos editoriales en los que ha publicado a más de 10 mil autores —39 de ellos premios Nobel— con un ritmo promedio de 2 mil 75 libros al año. Aunque la historia de Penguin Random House en los mercados del libro en español comienza a hacerse añeja, aún tiene muchos capítulos por escribir.

5. Conclusiones

En este trabajo quise mostrar cómo se llevó a cabo la conformación de la empresa Random House, ahora brazo editorial de un consorcio alemán, el grupo Bertelsmann. Fueron muchos retos a los que me enfrenté, pero el más complejo fue referir numerosas empresas y actores fundamentales en este relato, y que ello no entorpeciera o confundiera a los lectores en un mundo de nombres. Confío en que el seguimiento cronológico haya permitido seguir el hilo de esta compleja trayectoria de concentración.

Más allá de la mención de los protagonistas de esta narración, me gustaría advertir algunos puntos que aspiran a teorizar la manera en que las industrias de la cultura, o al menos la industria librera, se comportó durante el siglo XX y lo que va del XXI. Es claro que la editorial Random House, a la postre Random House Mondadori y finalmente Penguin Random House, tuvo una intención expansionista

¹³ Además de sus oficinas en América y España, Random House cuenta con más presencia en Europa y en el resto de los continentes. En Europa tiene sedes en el Reino Unido y Alemania; en África cuenta con dos oficinas en Sudáfrica; en Asia se encuentran en India, Singapur, Malasia, China y Corea del Sur; finalmente, en Oceanía participan en Australia y Nueva Zelanda.

desde sus primeros años, pero en ese momento lo hizo sólo al interior de su propio país. Esto parece una consecuencia lógica por su tamaño comercial, pero también tiene mucho que ver con las tecnologías y los planes económicos de la época.

Ya hacia finales del siglo XX, las tecnologías digitales agilizaron los procesos de escritura, edición e impresión. También, el surgimiento de Internet y la comunicación en línea conectaron al mundo entero. Al tiempo que eso sucedía, el neoliberalismo creaba acuerdos de libre comercio entre naciones y los procesos de concentración internacional se incrementaron. Eso fue lo que pasó con la expansión de Bertelsmann, al menos en lo que respecta al tema de los libros, pero ocurrió también con otras empresas editoriales como Planeta, Hachette o Pearson, que se concentraron en el sector al que pertenecen.

En los estudios de Comunicación contamos con una gran tradición de estudio sobre los medios de comunicación masiva y las industrias culturales. A propósito de su vertiente económica y política, se ha analizado la interrelación que tienen algunas industrias y medios, como la Radio y la Televisión, que constituyen grandes negocios, y herramientas de manipulación o democratización. No hemos hecho lo mismo con la industria editorial y considero que esto es porque al libro, en la academia, no solemos pensarlo desde la lógica comercial o industrial, como si ello demeritara su grandeza o el reconocimiento simbólico que le atribuimos.

En el caso de la edición de libros —y en la cinematografía— existe una oposición simplista que trata de separar a las obras de arte de los meros productos comerciales. Las primeras, repletas de sentidos y valores simbólicos, suelen ser sacralizadas e idealizadas por la importancia expresiva y cultural que revisten, y las segundas, suelen ser estudiadas en términos de costos de producción y ventas. Sin embargo, considero que sería un error aceptar sin cuestionamientos esta disyuntiva, como si las obras llamadas “artísticas” no necesitaran de un capital económico que las posibilitara, y como si en las “comerciales” no pudiera encontrarse ningún tipo de valor comunicativo.

En el caso que aquí he estudiado, sobre todo me centré en analizar el aspecto económico del libro, sin embargo, el relato de concentración que hice incide de manera directa en toda la industria editorial. Tal vez en la estadística que registra el número de editoriales de una nación como México, desde donde se escriben estas líneas, pudiera no parecer un riesgo la participación de grandes grupos editoriales como Planeta o Penguin Random House, pero en un análisis minucioso se puede apreciar, sin lugar a duda, el riesgo que entrañan estas trasnacionales en términos de bibliodiversidad.

Incluso una simple observación de los stands de las grandes editoriales en las ferias del libro ayuda a entender el desplazamiento que ejercen en materia de edición y sobre todo de venta de libros. Como señalé, en cuestiones del número de editoriales parecería no haber impacto: naciones de América Latina como México, Brasil o Argentina existen cientos de ellas. La edición independiente mantiene estable este número y ofrece vastas colecciones a contracorriente de la lógica mercantil. (Noël, 2021: 163)

La edición independiente lo es en principio por resistirse a sucumbir a la lógica mercantil, pero también se puede reconocer en distancia temáticas, de contenido o

de forma en el quehacer editorial. Cada casa editora, además de constituir una empresa, puede representar una idea de mundo, una vocación para crear determinado tipo de publicaciones con características únicas; las hay tan específicas como aquellas que editan libros para niños con temáticas indígenas, las que publican minificción, aquellas que se abocan la ciencia ficción, o las que sólo deciden publicar mujeres. La lista es infinita y sólo se puede advertir su horizonte en los límites de la inventiva humana.

Esta reflexión sobre la independendencia, en el marco de este trabajo, nos conduce a la pregunta de si una editorial pierde su esencia una vez que es adquirida por un grupo más grande, como ha pasado y seguramente continuará ocurriendo con empresas como Penguin Random House. Esta es una de las preguntas más interesantes que pueden desprenderse de mi trabajo y para la que no ofrecí respuestas claras. Cada caso entraña una situación distinta, por ejemplo, Joaquín Diez-Canedo habla sobre la incorporación de Joaquín Mortiz: “yo me confundí porque creí que Planeta estaba interesada en Mortiz y lo que querían era simplemente un pie de venta para entrar a México [...] Puede ser que yo no calibrara bien lo que Joaquín Mortiz perdía como símbolo, y, claro, lo perdí, no del todo, pero en buena medida sí.” (citado en Añón, 2012: 25)

Aunque el proceso de concentración editorial internacional tiene ya más de 30 años de haber iniciado, aún es posible tener el relato de muchos editores que fueron parte de estas historias. Desde luego, también pueden realizarse análisis a las obras mismas que son editadas, pero la ventaja temporal que tenemos al estudiar fenómenos relativamente cercanos en el tiempo nos urge a generar testimonios que nos permitan entender mejor nuestra historia.

Además de las prohibiciones para la existencia de monopolios y en concordancia con las prácticas de la llamada "excepción cultural" ¿podrían existir recursos legales o políticas públicas encaminadas a desacelerar o impedir los procesos de concentración? No tengo la respuesta, pero considero que es necesario pensar en estos escenarios; no podemos darnos el lujo de abandonar a la edición de libros sólo a la lógica del mercado, pues de por medio está algo más que sólo la desaparición de empresas ante la voracidad de un capital que concluye con la tradición editorial.

6. Referencias bibliográficas

- Añón, V. (2012). Ediciones Era y Joaquín Mortiz: de los comienzos al catálogo. [en línea]. *Primer Coloquio Argentino de Estudios sobre el Libro y la Edición*, 31 de octubre, 1 y 2 de noviembre de 2012. La Plata, Argentina. En memoria académica. Consultado en: https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.1919/ev.1919.pdf
- Becker, J. (2017). Bertelsmann SE & Co. en Birkinbine, Benjamin J.; Gómez, Rodrigo y Wasko, Janet (eds.). *Global Media Giants*. Nueva York; Londres: Routledge. 144 -162
- Benton, M. L. (2002). *Beauty and the Book: Fine Editions and Cultural Distinction in America*. New Haven, Connecticut, Estados Unidos: Yale University Press.
- Bertelsmann (18 de diciembre de 2019). Bertelsmann adquiere full ownership of Penguin Random House en sitio web Bertelsmann, sección News & Media, consultado el 12 de

- abril de 2023 en el siguiente enlace electrónico: <https://www.bertelsmann.com/news-and-media/news/bertelsmann-acquires-full-ownership-of-penguin-random-house.jsp>
- Castilla, A. (2000). Planeta y Bertelsmann inician su ofensiva de bolsillo con 32 novedades. Los dos grupos editoriales lanzan una edición conjunta en ese formato. *El País* [edición en línea], 10 de marzo de 2000. Consultado en el siguiente enlace electrónico: https://elpais.com/diario/2000/03/11/cultura/952729205_850215.html
- De Diego, J. L. (2012). Concentración económica, nuevos editores, nuevos agentes. En *Primer Coloquio Argentino de Estudios sobre el Libro y la Edición*, (versión web). La Plata, Argentina: Universidad Nacional de La Plata.
- Cerf, B. (2013). *Llamémosla Random House*. Madrid, España: Trama Editorial.
- El País* (1 de julio de 2013). Culmina la fusión de las editoriales Penguin y Random House en sección Economía, *El País*, España. Consultado en el siguiente enlace electrónico: https://elpais.com/economia/2013/07/01/agencias/1372674389_169023.html
- El Economista* (3 de mayo de 2019). Penguin Random House compra Ediciones Salamandra, el sello de Harry Potter en sección Arte e Ideas de la edición en línea de El Economista, México. Consultado en el siguiente enlace electrónico: <https://www.economista.com.mx/arteseideas/Penguin-Random-House-compra-Ediciones-Salamandra-el-sello-de-Harry-Potter-20190503-0038.html>
- Epstein, J. (2012). *Book Business: Publishing Past, Present, and Future*. Estados Unidos: W.W. Norton & Company. [Libro electrónico para Kindle]
- Garciadiego, J. (2016). *El Fondo, la Casa y la introducción del pensamiento moderno en México*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Geli, C. (8 de abril 2017) La compra de Ediciones B por Penguin Random House aprieta la pugna por el liderazgo editorial en español https://elpais.com/cultura/2017/04/07/actualidad/1491551416_171535.html
- Gómez-Escalonilla, G. (2003). Libro y entorno digital: un encuentro de futuro. En E. Bustamante (coord.) *Hacia un nuevo sistema de comunicación: Las industrias culturales en la era digital*. España: Gedisa. 39-56
- Hall, F. (2014). *El negocio de la edición digital*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Korda, M. (1999). *Another life: A memoir of other people*. Estados Unidos: Random House.
- Lofquist, W. S. (1995) “A Statistical Perspective on US Book Publishing. en Altbach, Philip y Hoshino, Edith S. (Eds.) *International Book Publishing: An Encyclopedia*. Nueva York, Estados Unidos: Garland Publishing, Inc. 341-353
- Los Angeles Times* (16 agosto de 1988). Random House to Acquire Crown Publishing Group, *L.A. Times Archives*, consultados en el siguiente enlace electrónico: <https://www.latimes.com/archives/la-xpm-1988-08-16-fi-570-story.html>
- McDowell, E. (29 de septiembre de 1988). “McGraw-Hill is buying 2 Random House units, sección The Media Business de *The New York Times*. Consultado en el siguiente enlace electrónico: <https://www.nytimes.com/1988/09/29/business/the-media-business-mcgraw-hill-is-buying-2-random-house-units.html>
- Mitgang, H. (16 de agosto de 1988). “Random House buys Crown”, *The New York Times*. Consultado en www.nytimes.com/1988/08/16/business/random-house-buys-crown.html
- Mosco, V. (2006). “La Economía Política de la Comunicación: una actualización, diez años después”. *Cuadernos de Información y Comunicación*, 2006, vol 11. España: Universidad Complutense de Madrid. 57-79 pp.
- Noël, S. (2021). Los pequeños editores independientes frente a la globalización del mercado del libro: el caso de los editores de ensayos «críticos». En Sapiro, Giselè (compiladora) (2021). *Las contradicciones de la globalización editorial*. México/Colombia: Universidad de Guadalajara/ Universidad de los Andes. 151-176

- Penguin Random House (s/f). Hitos destacados consultado en el sitio web de Penguin Random House Grupo Editorial el 23 de marzo de 2023 en el siguiente enlace electrónico: www.penguinrandomhousegrupoeditorial.com/wp-content/uploads/2021/11/principales-hitos-historia-prhge-penguinrandomhousegrupoeditorial.pdf
- Saferstein, E. (2017). La edición como intervención cultural, comercial y política: best-sellers políticos del director de Random House-Sudamericana en el kirchnerismo. En *Millcayac*. Revista Digital de Ciencias Sociales. Vol. IV. No. 7. Argentina: Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional de Cuyo. 141-164.
- Sapiro, G. (compiladora) (2021). *Las contradicciones de la globalización editorial*. México/Colombia: Universidad de Guadalajara/ Universidad de los Andes.
- Schiffirin, A. (2001) *La edición sin editores*. México: Era.
- Seisdedos, I.; Galindo, J. C. y Jacinto, A. (4 de mayo de 2019) La venta de Salamandra acentúa la concentración editorial en sección Cultura de *El País*, España. Consultado en el siguiente enlace electrónico: https://elpais.com/cultura/2019/05/03/actualidad/1556875349_555619.html
- Statista (2022). Number of employees of Penguin Random House from 2005 to 2021” consultado en el siguiente enlace electrónico: <https://www.statista.com/statistics/272619/number-of-employees-of-random-house/>
- Tebbel, J. W. (1987). *Between Covers: The Rise and Transformation of Book Publishing in America*. New York: Oxford University Press.
- The New York Times* (30 de enero de 1936) SMITH & HAAS MERGE WITH RANDOM HOUSE. Publishing Firms to Open Joint Office on April 1 -- Modern Library Also in Deal. Sección Radio Arts and Books. Consultado en línea en el siguiente enlace: <https://www.nytimes.com/1936/01/30/archives/smith-haas-merge-with-random-house-publishing-firms-to-open-joint.html>
- Thompson, J. B. (2012) *Merchants of culture*. Reino Unido: Polity.
- Whiteside, T. (1981). *The Blockbuster Complex: Conglomerates, Show Business, and Book Publishing*. Middletown, Connecticut, Estados Unidos: Wesleyan University Press.