

Índice

Introducción

A propósito del desarrollo de la industria editorial
y las interpretaciones históricas de algunos de sus tópicos

Viviana Román 7

Construyendo el mundo editorial en Argentina en los inicios
del siglo XX

Beatriz Cecilia Valinoti 27

Los Pensadores: Educación en hábitos y contenidos

Florencia Paine Ubertalli Steinberg 67

Primer Congreso de Editores e Impresores Argentinos (1938)

Alejandra Giuliani 93

Instituciones y estrategias empresariales. El sector editorial
en castellano en la Edad Dorada (1950 - 1973)

María Fernández Moya 121

Las editoriales universitarias. Los caminos de la profesionalización

Flavia Costa y Leandro de Sagastizábal 157

Reseña:

Carrión, Jorge. *Librerías*, Anagrama, Colección Argumentos,
Barcelona, 2013, 342 pp.

Mariana Kunst 183

Normas para publicación 187

Construyendo el mundo editorial en Argentina en los inicios del siglo XX

Beatriz Cecilia Valinoti
(FFyLL-UBA/INIBI-UBA)

Resumen

Este artículo examina las primeras décadas del siglo XX, donde se organiza el espacio editorial argentino con la expansión del mercado de los libros de bajo costo, la existencia de un público lector ampliado y la adquisición de la lectura como una habilidad específica, tratando de aportar una perspectiva al estudio del libro, como un objeto de doble faz, económico y simbólico, es decir como mercancía y significación.

Palabras Claves

Industrias culturales; Vida intelectual Argentina; Historia de la Edición; Libros.

Building the Argentine editorial world in the early twentieth century

Abstract

This article examines the early twentieth century, from the Argentine editorial space with the expansion of the market of low-cost books, the existence of an expanded readership and the acquisition of reading as a specific skill. Trying to provide a perspective of the book as a double-sided object, economic and symbolic, being both merchandise and significance.

Keywords

Cultural Industries, Argentinean intellectual life, History of Edition, Books.

Hacia la materialización de los libros

A pesar de que, a lo largo de la historia, los términos economía y cultura aparecen separados, siendo esta última resistente a ser cuantificada, el estudio del libro y la edición en las sociedades contemporáneas, puede abordarse desde las llamadas *industrias culturales*, cuya elaboración conceptual encuentra en Theodor Adorno y Max Horkheimer¹, sus más conocidos representantes, quienes, a partir del proceso de industrialización y mercantilización de la existencia social, señalan que la cultura de masas, lugar donde se manifiesta la lógica de la mercancía, se opone a la alternativa de producción cultural auténtica de las artes puras. Esta parte de la constatación de la doble naturaleza que reviste la cultura: por un lado

¹ Horkheimer, Max y Adorno, Theodor, “La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas”, en Horkheimer, Max y Adorno, Theodor, *Dialéctica del iluminismo*, Sudamericana, Buenos Aires, 1988, [primera edición de 1944], pp. 147, 165 y 173. Otros aportes en torno a las *industrias culturales* que suman elementos interesantes para profundizar el debate, sin ser exhaustivos, son los desarrollados por Dèbord, Guy, *La Société du Spectacle*, Gallimard, Paris, 1992 [primera edición de 1967]; Huet, Armel et al, *Capitalisme et Industries culturelles*, PUG, Grenoble, 1978; Macdonald Dwight, “Masscult y Midcult” en AA.VV., *La industria de la cultura*, Alberto Corazón, Madrid, 1969; Marcuse, Herbert, *El hombre unidimensional*, Seix Barral, Barcelona, 1968; Miège, Bernard, “Postface”, en Huet, Armel et al, *Capitalisme et Industries culturelles*, PUG, 2^e édition revue et augmentée, pp. 199-213, 2004; Morin, Edgar, *El espíritu del tiempo. Ensayo sobre la cultura de masas*, Taurus, Madrid, 1965; Shils, Edward, “La sociedad de masas y su cultura”, en AA.VV., *Industria cultural y sociedad de masas*, Monte Ávila, Caracas, 1974; Williams, Raymond, *Cultura. Sociología de la comunicación y del arte*, Paidós, Barcelona, 1981. Así mismo puede consultarse el trabajo de Pierre Moeglin que brinda un acercamiento historiográfico a estas cuestiones y se destaca dentro de la producción de América Latina los trabajos de Jesús Martín-Barbero; Moeglin, Pierre, “Industries culturelles et médiatiques: propositions pour une approche historiographique”, en *Société française des sciences de l’information et de la communication*, 2008, disponible en http://observatoire-omic.org/pdf/Moeglin_industries_culturelles_mediatiques_approche_historiographique.pdf y “Une théorie pour penser les industries culturelles et informationnelles?” en *Revue française des sciences de l’information et de la communication*, 1, 2012, disponible en <http://rfsic.revues.org/130>; Martín-Barbero, Jesús, *De los Medios a las Mediaciones*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1987.

patrimonio de la humanidad, en cuanto saberes adquiridos por ésta, y por otro una relación sujeta a la estructura y dinámica de una sociedad específica², de modo que los productos de este tipo de industria tiene cualidades que los definen y diferencian del resto de las industrias y sectores económicos asignándole un valor estratégico, por su capacidad para incidir en los imaginarios colectivos tendientes a satisfacer y promover demandas con contenidos simbólicos, como por su creciente importancia en la economía, el empleo y los intercambios comerciales.³

Por lo tanto, resulta relevante tomar en cuenta que los libros son objetos que permiten dar cuenta de ese quiebre que termina por transformar la cultura en mercancía, vinculando el mundo de las ideas y los valores con la lógica de la industria a partir de la producción en serie y de la superposición entre producción de cosas y producción de necesidades en tal forma que la fuerza de la industria cultural reside en la unidad con la necesidad producida que se convierten en productos culturales con diferentes tipos de negociación de significado, formas de apropiación y de uso⁴.

En una larga evolución a través de los siglos, este objeto vinculado a los miembros más poderosos y acomodados de la sociedad alcanzó, sin que pudiera evitarse y ayudado en sus comienzos por el desarrollo de la imprenta, la posibilidad de ser adquirido por amplios sectores de la población, pasando en su recorrido de las tiendas de los libreros a los kioscos de diarios y de los hogares de los lectores burgueses a las casas de los obreros. Y ese proceso fue posible gracias a la revolución y evolución tecnológica, que fueron transformando tanto las técnicas de fabricación como los métodos de distribución, logrando como resultado poner a disposición del público libros baratos y en abundancia, con una gran variedad de títulos y de materias: obras clásicas de la literatura junto a las últimas novelas, manuales técnicos y libros de cocina, obras científicas, libros infantiles e incluso manuales de referencia, diccionarios o colectáneas junto a obras de investigación social, económica, histórica y política.

² Zallo, Ramón, *El mercado de la cultura: estructura económica y política de la comunicación*, Tercera Prensa, Donostia, Gipuzkoa, 1992.

³ Getino, Octavio, “Economía y políticas para las industrias culturales en el MERCOSUR” en *Aportes: para el Estado y la Administración Gubernamental*, Año 12, N° 23, 2011, pp. 137-154.

⁴ Martín-Barbero, Jesús, op. cit., p. 59.

Más allá de que el libro, como objeto intelectualizado, se lo tiende a separar de cualquier relación que lo asimile a una mercancía, sin embargo, en cuanto a su desarrollo impreso, responde a factores económicos, entonces ¿qué influencia tuvo la base material sobre el contenido y la difusión del libro? ¿Cuál era el papel de las editoriales? ¿Y el de los vendedores de libros? ¿Cuál es el lugar que ocupa la distribución? ¿Esta es la que logra fijar las tiradas y quién determina las políticas comerciales de las editoriales?⁵

De este modo se pone en el centro del debate algo de lo que se deja entrever al hablar de industrias culturales, la edición ¿es un esfuerzo cultural o comercial? Para llevar adelante un libro hay que poner en movimiento todo un mundo: papel, tinta, mercado financiero, autores, correctores, publicistas, ya que “los autores no escriben los libros. Los libros [...] están fabricados por obreros y otros técnicos, por las prensas y otras máquinas”.⁶ Todos tienen su parte en un trabajo que corresponde a un mensaje intelectual que usa un objeto físico como un vehículo de ideas que permite transmitir un mensaje, lo cual nos permite comenzar a dimensionar desde otra perspectiva la figura del editor, quien emprende esta aventura debatiéndose entre asegurar la venta de una obra o lanzar proyectos originales pero con finales imprevisibles, haciendo evidente la contradicción entre la necesidad de vender que se manifiesta en la vertiente empresarial de la edición de obras, y el mantenimiento y promoción de una serie de títulos que responden a líneas cuyo criterio de selección va más allá de las posibilidades reales de mercado.

En Argentina, la organización del espacio editorial, comenzará junto a las primeras décadas del siglo XX, proceso que se caracterizará tanto por la aparición del editor profesional y la producción nacional que llevó a

⁵ Es interesante recordar que desde fines del siglo XII, aproximadamente, los libros pasaron a ser objetos comerciales y en Europa su valor estaba lo suficientemente establecido para que los prestamistas los aceptaran como garantía. Entrado el siglo XV, el comercio de libros había crecido lo bastante como para que se los colocara en la lista de mercancías vendidas en las ferias comerciales de Frankfurt y Nördlingen. Manguel, Alberto, *Una Historia de la Lectura*, Alianza Editorial, Madrid, 1998.

⁶ Chartier, Roger, *El orden de los libros*, Gedisa, España, 2005, pp. 29-30.

la expansión del mercado interno del libro, desarrollando una infraestructura propia y con una tendencia a desplazar las inversiones extranjeras⁷, como por la incorporación de un público lector que permitirá dar forma a un mercado de producción, circulación y consumo de bienes culturales.

De modo que, tomando como punto de partida estos aportes conceptuales, la idea es comenzar a estudiar ediciones y colecciones de esos años, ya que la aparición del espacio editorial profesional parece ser un buen lugar donde buscar indicios sobre cuestiones tales como la creciente participación de los libros y la lectura en la difusión de valores y creencias, las relaciones que se establecen entre estos y la vida cultural, y las vinculaciones de los textos con el mundo de la política y el proceso de construcción de la ciudadanía moderna. Porque, a semejanza de lo ocurrido en los casos europeos⁸, la evolución de la lectura implicó un proceso complejo y multifacético en el cual, al diversificarse la población lectora, se le permitió a nuevos grupos sociales acceder a la palabra escrita y, simultáneamente, renovar y ampliar las formas de leer, intentando construir una cultura política a partir del cultivo de la virtud, fomentando la moral entre los estudiantes, los ciudadanos, los comerciantes, los funcionarios, los obreros y las amas de casa, es decir entre todos los integrantes del mundo social.

Como lo ha sugerido Raymond Williams, saber leer es una condición necesaria, pero no suficiente para que hombres, mujeres y niños se transformen en público.⁹ Que los públicos se ampliaran y complejizaran forma parte del proceso que llevó a que las prácticas editoriales se diversificaran, apareciendo formas novedosas para captar el mercado (desde la publicidad hasta ediciones de contenidos especializados para segmentos específicos de esos nuevos públicos). También resulta importante destacar que otros elementos parecen definir este proceso a través de la circulación dentro de la sociedad de un amplio sistema de relatos, símbolos y mitos, de valores e ideas que se articulan en un mismo cuerpo de significaciones colectivas: cierta estatización de la idea de lo público y el establecimiento de una relación de supremacía de

⁷ Ford, Aníbal y Rivera, Jorge, “Los medios masivos de comunicación en la Argentina”, en Ford, Aníbal, Rivera, Jorge y Romano, Eduardo, *Medios de comunicación y cultura popular*, Legasa, Buenos Aires, 1990.

⁸ Cavallo, Guglielmo y Chartier, Roger (ed.), *Historia de la lectura en el mundo occidental*, Taurus, Madrid, 2001, p. 455.

⁹ Williams, Raymond, *La larga revolución*, Nueva Visión, Buenos Aires, 2003.

lo público sobre lo privado, una matriz democrática de base estatal, una reivindicación del camino reformista, la preponderancia de lo urbano, un perfil cosmopolita de carácter europeo, un culto a la excepcionalidad *argentina*, un cierto respeto a las reglas de juego, que dotan de contenido y forma el consenso ciudadano, entre otras cuestiones.¹⁰

Como señala Robert Darnton para el estudio de la *Encyclopédie* de Diderot¹¹, este pretende ser una primera etapa que busca descubrir cómo se hacían contratos entre editoriales, cómo manejaban el texto los editores, cómo reclutaban obreros los impresores y cómo negociaban sobre precios los libreros mientras fabricaban y comerciaban con un libro. El tema también tiene el atractivo de la novedad, se trata de trazar un mapa del mundo editorial y los editores como actores del mercado cultural, en los inicios del siglo XX en Argentina. Y al igual que en este caso, la historia de la edición argentina merece que alguien la cuente porque es una buena historia, que cuenta como los criterios selectivos de las editoriales descubren valores, apoyan el desarrollo de escritores o investigaciones, ofician de agentes culturales y son un eslabón esencial de la cadena de la memoria histórica de la Humanidad.¹²

Del siglo XIX al XX: construyendo lecturas y lectores

En Argentina, durante los últimos años del siglo XIX y comienzos de XX, acompañando la expansión del capitalismo internacional, una conjunción de factores posibilitó el incremento de la producción manufacturera, de la construcción y de los servicios. Cabe destacar que esto tuvo lugar en el marco del crecimiento económico liderado por el sector exportador. Esto sumado a la expansión demográfica favorecida por las migraciones internas y las políticas inmigratorias derivó en la transformación

¹⁰ Caetano, Gerardo, “Ciudadanía y nación en el Uruguay del Centenario (1910-1930). La forja de una cultura estatista” en *Iberoamericana* (2001-), Nueva época, Año 10, N° 39, 2010, pp. 161-175.

¹¹ Darnton, Robert, *El negocio de la Ilustración: historia editorial de la “Encyclopédie”, 1775-1800*, Fondo de Cultura Económica, México, 2006, pp. 1-5.

¹² Muzio, Gabriele, “Globalization as the stage of perfection of the modern paradigm. A possible strategy to survive the coherence of the process”, en *Seminario Internacional A construção Democrática em questão*, São Paulo, 1997.

de la estructura ocupacional y profundizó procesos de urbanización, como en el caso de la ciudad de Buenos Aires, donde a los barrios tradicionales, que a fines de siglo rodeaban el Centro, se le agrega una primera periferia que se sigue expandiendo en las décadas siguientes.¹³

Estos procesos fueron posibles, entre otras cosas, por los avances en los sistemas de comunicaciones, a través del tendido de las líneas del ferrocarril, del telégrafo y la expansión del servicio eléctrico, así como la conformación de un mercado de producción, circulación y consumo de bienes culturales, donde un elemento que lo impulsa son las campañas de alfabetización y escolarización implementadas por el Estado, como la Ley de Educación Común de 1884 y, la Ley Láinez de 1905, fueron los que permitieron la ampliación del público lector¹⁴, aunque no hay que dejar de considerar experiencias, como las propuestas por el socialismo, que acompañaron las propuestas estatales.¹⁵

También es posible señalar que junto con el progreso, la modernización y la reorganización social que guiaron al espíritu del cambio de siglo, fueron en primera instancia, los diarios y las revistas las que se convierten en la puerta de entrada a la ciudad letrada, interviniendo desde la cotidianidad como el dispositivo pedagógico que ordenaba y daba sentido a la vida pública encaminándose a la conformación de la comunidad imaginada, a través de la articulación de discursos provenientes de diferentes niveles culturales que eran condensados en un producto más o menos uniforme.¹⁶ En ese sentido, algunas estrategias como la inclusión de novelas en el folletín de los diarios permitieron generar espacios de lectura compartibles, entre un público lector que desarrollaba nuevas destrezas y otro tradicional, que comprendía y manejaba los códigos de la cultura letrada. Entonces, lejos de

¹³ Gutiérrez, Leandro H. y Romero, Luis Alberto, *Sectores populares, cultura y política*, Sudamericana, Buenos Aires, 1995, p. 70.

¹⁴ Pastormerlo, Sergio, “1880-1899. El surgimiento de un mercado editorial”, en de Diego, José Luis, *Editores y políticas editoriales en Argentina, 1880-2000*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2006, pp. 1-28.

¹⁵ Barrancos, Dora, *Educación, cultura y trabajadores (1890-1930)*, CEAL, Buenos Aires, 1991.

¹⁶ Para estas cuestiones ver Prieto, Adolfo, *El discurso criollista en la formación de la Argentina moderna*, Sudamericana, Buenos Aires, 1988 y Ramos, Julio, *Desencuentros de la Modernidad en América Latina. Literatura y política en el siglo XIX*, Fondo de Cultura Económica, México, 2003.

separar y excluir los circuitos de lectura, estas publicaciones periódicas se transformaron en un novedoso punto de encuentro entre la literatura popular y la literatura culta, tendiendo a la articulación de algunos códigos expresivos de los distintos segmentos sociales.

Así como los públicos se ampliaron y complejizaron, como parte del mismo proceso, las prácticas editoriales se diversificaron, apareciendo nuevas formas de relacionarse con los consumidores, ya sea a través de la publicidad o de publicaciones con contenidos especializados. Y si el mundo de las librerías y las bibliotecas eran inaccesibles para los nuevos lectores, ya que estos ámbitos, centros de reunión de intelectuales, no sólo presentaban un orden de los libros que formaba parte de un lenguaje que no todos podían decodificar, sino que, al estar ubicados en el centro de la ciudad se volvían inaccesibles para muchos de los sectores que vivían en los suburbios¹⁷, fue necesario plantear nuevas estrategias para articular la cultura erudita con los nuevos habitantes de la ciudad letrada.

Así surgen nuevos espacios y proyectos que llevaron a democratizar el acceso al libro, y los puestos de diarios se convierten en las nuevas librerías de la esquina donde, respondiendo a las expectativas de esa nueva masa de lectores junto a la cercanía espacial, se ofrecieron textos de fácil lectura, con diseños llamativos y a precios económicos, favoreciendo la consolidación de una sociedad de consumo donde la oferta de periódicos, revistas y libros parecía encarnar las diversas identidades de los consumidores a partir de elecciones individuales. Así se responde a las expectativas de una nueva masa de lectores, que encuentra en estos nuevos productos la convergencia no sólo tecnológica sino también de industrias, mercados y contenidos simbólicos que permite delinear sus imaginarios. En ese sentido, Luis Alberto Romero y Leandro Gutiérrez sostienen que esto es fruto de una verdadera empresa cultural, posibilitada por la maduración de ciertos cambios en la vida porteña, que permitieron el surgimiento de una formación social inexistente hasta el momento, la biblioteca en los barrios, a lo que hay que añadir, la posibilidad de contar con una biblioteca en casa, ya que muchas de las colecciones se vendían junto al mueble que permitía guardar los libros.

¹⁷ Laera, Alejandra, *El tiempo vacío de la ficción. Las novelas argentinas de Eduardo Gutiérrez y Eugenio Cambaceres*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2004.

Entonces, es en los barrios donde se va gestando una cultura popular y letrada, constituida por hijos de inmigrantes y las primeras oleadas de migrantes internos, que se desarrolla en los clubes, centros y comités, sociedades de fomento y bibliotecas populares, que consideraban al libro, la lectura y la cultura como un elemento de prestigio, como una herramienta de integración, ascenso social y un signo de respetabilidad para las clases populares.¹⁸ A ese nuevo público apuntan los nuevos editores.

De todas formas no hay que dejar de considerar que este proceso se da en un marco de conflictos sociales, especialmente los surgidos en el mundo del trabajo, junto a los conflictos políticos asociados a los reclamos de mayor participación de sujetos sociales en disponibilidad sin pertenencia política ni integración cultural sólida. De modo que el clima de la época se caracteriza por la confluencia de varios procesos entre los que destacan, por un lado, el impulso a la transformación del sistema político mediante el cambio del sistema electoral y por el otro la necesidad de una renovación cultural, mirando críticamente el camino recorrido y trazando nuevos recorridos para el futuro.

Más lectores, nuevos proyectos editoriales

Dos elementos se distinguen en el pasaje del siglo XIX al XX al mirar la producción y circulación de la cultura impresa, por un lado, la multiplicación de los productos dirigidos a los lectores populares y por el otro, la emergencia de los nuevos profesionales de la edición. Si bien el proceso de cambio en Argentina fue lento y, mientras se ponía en marcha el mundo editorial local durante las primeras décadas del siglo XX, la mayoría de los títulos que circulan venían impresos desde diferentes ciudades de España o París. Hasta la primera guerra mundial, la edición de libros no fue una actividad diferenciada y lo que más se leía eran los cuadernillos escolares o los folletines incluidos en la prensa. Dependía de la lógica comercial de la librería, del mecenazgo privado u oficial y de un mundo de la imprenta dominado antes que nada por la producción de diarios y periódicos¹⁹.

¹⁸ Lobato, Mirta, *La Prensa Obrera. Buenos Aires y Montevideo 1890-1958*, Edhasa, Buenos Aires, 2009, p. 11.

¹⁹ Sorá, Gustavo, “El libro y la edición en Argentina. Libros para todos y modelo hispanoamericano”, en *Políticas de la memoria*, N° 10/11/12, *Anuario de Investigación del CeDInCI*, 2011/12, pp. 125-143.

Y justamente será la prensa periódica el agente que permite la difusión de la práctica literaria, a la vez que un elemento importante para pensar la profesionalización del escritor en su relación de dependencia con las demandas del mercado editorial y la emergencia del editor moderno, un agente comercial pero también cultural²⁰. Surge así una dimensión nueva que considerar y es que la edición se está transformando en un negocio y, en consecuencia, la premisa editorial pasará a relacionarse con la obtención de ganancias. Y esto es lo que se pone en evidencia en la página ilustrada por Manuel Redondo en la edición N° 838 de *Caras y Caretas* (Figura 1).²¹

Es interesante observar como en la caricatura, a poco de iniciarse el camino hacia la profesionalización, se destacan los avatares económicos de la edición, donde los costos de producción limitan la recuperación de la inversión y aún más la obtención de ganancias, cuestionándose la originalidad de las ideas en un mercado con múltiples ofertas para igual segmento de consumidores, lo que termina por hacer inviable el proyecto. Ese año en la ciudad de Buenos Aires funcionaban 511 talleres, y veintiún años después, la expansión era tal que el número de imprentas en todo el país era de aproximadamente 2194, de las cuales 850 se dedicaban a la impresión de diarios, periódicos y revistas.²²

Sumado a esto hay que considerar que la lectura del diario no necesariamente hace aumentar la lectura de libros. Más allá de que el periódico-

²⁰ Ramos, Julio, op. cit.

²¹ *Caras y caretas*, N° 838, 24 de octubre de 1914.

²² García, Eustacio Antonio, *Desarrollo de la industria editorial argentina*, Fundación Interamericana de Bibliotecología Franklin, Buenos Aires, 1965. Cabe destacar que hacia 1879 existían, treinta y ocho establecimientos de edición de libros llegando a cincuenta y ocho, ocho años más tarde. En 1880 siete establecimientos de edición de libros se llamaron a sí mismos editores. Al menos un tercio de las imprentas que editaban libros eran, también, imprentas de diarios y las restantes se ocupaban, por lo general, de cualquier tipo de trabajo de impresión. Muchas de estas empresas desaparecían y eran reemplazadas por otras, sin embargo se fundaron algunas que perdurarían en el siglo XX. Costa, María Eugenia, “De la imprenta al lector. Reseña histórica de la edición de libros y publicaciones periódicas en Buenos Aires (1810-1900)”, *Question*, Año 11, N° 23, UNLP, La Plata, 2009. Publicación electrónica disponible en <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/issue/view/34> .

Construyendo el mundo editorial en Argentina en los inicios del siglo XX

Figura 1. Como se hace una revista desde su fundación hasta su fundición

1. Pepito Felito y Juancito forman una sociedad para fundar una revista bi-trimestral ilustrada.

2. Pepito será director y pondrá la parte literaria, o sea las tijaras, el engrudo y su firma.

3. Felito, la parte artística, o sea los monos... que hacen los demás y los firma él.

4. Juancito, que tiene gran cabeza y genio financiera (se guarda todo lo que ve), corre con los libros y la plata de la administración.

5. CARBONERÍA

6. Contrataremos a un hombre guapo para secretario, que dé la cara y reciba los golpes en casos de rectificaciones.

7. La redacción se instalará con gran lujo para dar el golpe (al casero), alquilando una pizarra a medias con alguién.

8. Buscaremos un título sonoro que lo puedan gritar bien los muchachos y se pegue al oído. Nada mejor que «El Alarido Alegre».

9. De caballo blanco o socio carbonero (que sólo irá a pérdidas), el compradorá al carbonero del barrio que, aunque no este blanco, tiene plata.

10. El «Alarido» se hará or en todas partes. Será político, artístico, literario, crítico teatral y de esgrima en general.

11. Como es sabido, venimos a llenar un vacío que se notaba en la ciudad y nuestros bolsillos. Descamamos binario.

12. Contataremos con un impresor que tenga rotativa y que con la garantía de los avisos en perspectiva nos ponga el papel e impresión al tado.

13. El primer número, tiraremos con mil ejemplares, porque el que sombra recoge... si no hay quien de entavos.

14. «El Alarido Alegre» REVISTA BI-TRIMESTRAL

15. Como es sabido, venimos a llenar un vacío que se notaba en la ciudad y nuestros bolsillos. Descamamos binario.

16. Contataremos con un impresor que tenga rotativa y que con la garantía de los avisos en perspectiva nos ponga el papel e impresión al tado.

17. Hacemos concursos hasta de secretarios, y sección de juegos de ingenio... para poder vivir.

18. Ofreciendo muchos premios y primas, pero sin hacer la primada de entregarlas ni pagarlas.

19. Por el mismo precio de «El Alarido», daremos «El grito desgarrador», de la Boca, y «El Eco de la cordillera», revistas que suenan macho, todo en combinación.

20. Dando cien mil «Alaridos» a la venta, vamos a producir un escándalo en la calle, en la óptima y en la prensa.

21. Su única función es dudar los problemas y apremiarlos, si no nos dan plata de arriba y nos ayudan a «El Alarido».

22. Para la información, verdad de la guerra, tenemos una estación radio-telegráfica-visual en comunicación con las pizarras de la prensa diaria.

23. Nadie nos hará empuñad! ¡Nadie romperá nuestras plumas! Para eso sabemos manejar el sable.

24. Todos a escuchar «El Alarido Alegre!» ¡Un mal ejemplar sólo 5 centavos! ¡El papel vale más!

Ob. de Ramón.

Fuente: *Revista Caras y Caretas*, N° 838, 24 de octubre 1914.

co se había transformado en un lugar de cruce, coexistían dos circuitos de lectura claramente diferenciados entre sí en cuanto a materiales de lectura, procedencia social de los consumidores, de los editores²³, de los circuitos de distribución, y precio y calidad de los productos.²⁴ En las últimas décadas del siglo XIX, Ernesto Quesada considera que si bien en Buenos Aires se leen muchísimo los diarios, se publican pocos libros, debido a que el público dispuesto a consumir obras nacionales es muy reducido e insuficiente para sostener la profesión literaria²⁵. Sin embargo hay que considerar otras cuestiones que limitan la expansión del libro. L. A. Gaffre, un francés perteneciente a la *Société de Gens de Lettres* y miembro del Sindicato de Periodistas Franceses, que visita Buenos Aires en 1910, encuentra que si el pueblo leía, esta lectura no era a través de los libros por que estos sectores no podían hacer frente a sus costos, en la casa de los obreros se encuentra lo que llama *los diarios del pordiosero*, que no costaba más que cinco o diez centavos.²⁶ En ese mismo sentido -según lo afirmaba Ángel Rama- tras las campañas de alfabetización, entre 1880 y 1910, aparece un tipo diferente de lector del que se esperaba que fortaleciesen el consumo de libros, pero ocurrió que éstos se convirtieron en compradores de diarios y revistas.²⁷

²³ Mientras Tommasi y Maucci publicaban novelas populares, respondiendo a las exigencias de un mercado que si bien no creaban si fomentaban y donde el precio barato llevaba implícito la mala calidad de papel, las cubiertas llamativas y fotografados detestables (al decir de Buonocuore), Félix Lajouane, quien imprimía en cada libro de cuidada edición su lema *Sine Labore Nihil*, Martín Biedma y las casas de edición francesas lo hacían para la alta cultura. Buonocore, Domingo, *Libreros, editores e impresores de Buenos Aires*, Bowker, Buenos Aires, 1974.

²⁴ D. Buonocuore señala que este es el momento en que se evidencia un gusto por la “edición esmerada”, produciéndose una revalorización de los “papeles viejos” y afianzándose la figura del bibliófilo. En las últimas décadas del siglo, los lectores de la elite letrada aprendieron a mirar con intensidad erudita la materialidad de los libros, y las “ediciones cuidadas” se volvieron una señal de refinamiento y distinción indispensable para los sectores intelectuales.

²⁵ Quesada, Ernesto, “El movimiento intelectual. Revistas y periódicos”, *Nueva Revista de Buenos Aires*, 1882. Citado en Espósito, Fabio, *La Emergencia de la novela en la Argentina (1880-1890)*, Ediciones Al Margen, La Plata, 2009.

²⁶ Gaffre. L. A., “El amo del mundo” en *La Gaceta de Buenos Aires. Edición de la tarde*, 26 de septiembre de 1910, p. 1.

²⁷ Rama, Ángel, *La ciudad letrada*, Ediciones del Norte, Hanover, 1984, p. 80.

En el artículo *La producción intelectual latinoamericana*, Rubén Darío se quejaba de los pocos recursos editoriales que existían en América Latina, y llega a decir que ni siquiera en Buenos Aires había editores: “Cuando yo vivía allí -dice Darío- publicar un libro era una obra magna, posible sólo a un Anchorena, a un Alvear, a un Santamarina: algo como comprar un automóvil ahora, o un caballo de carrera”.²⁸

Si bien, se puede pensar que el precio fue muchas veces, durante los primeros años del siglo XX, el límite para la difusión de los libros²⁹, el crecimiento del mercado de estos bienes culturales acompañó la expansión del mercado que se produjo como consecuencia del proceso de modernización y a partir de 1900, aumenta la producción de textos a la vez que se incrementa el establecimiento de numerosas las librerías, imprentas y editoriales en Buenos Aires. La prensa asimiló la lógica del mercado y, en muchos casos, se convierten en editores y difusores al poner obras clá-

²⁸ *La Nación*, el 1 de agosto de 1913, p. 11, ha sido reproducido en *Escritos dispersos de Rubén Darío*, Universidad Nacional de La Plata, La Plata, 1968, pp. 344-347.

²⁹ Esa es una de las cuestiones pero no implica descartar las que se ponen en evidencia en otros proyectos. Entre las colecciones de literatura popular, una iniciativa importante de las últimas décadas del siglo XIX fue *La Biblioteca Popular de Buenos Aires*, dirigida por Miguel Navarro Viola. Esta comenzó a aparecer en 1878 según un plan que preveía la publicación de 12 volúmenes anuales. Cada entrega mensual era un tomo de unas 260 páginas en octavo que contenía textos misceláneos. Predominando las novelas, los cuentos y los ensayos de tendencia moralizante, el material publicado no buscaba ajustarse al gusto del nuevo público lector, sino que esperaba, la elevación del público a las lecturas ofrecidas. La tirada de cada volumen era de 2000 ejemplares y el precio de cada entrega, de 15 pesos. (El precio promedio de los libros nacionales rondaba entonces los 50 pesos). Aunque su precio era accesible, el método de venta por suscripción pudo no resultar apropiado para el público popular que la colección esperaba alcanzar. En 1880, cuando salieron apenas cinco de los doce volúmenes anuales previstos, se atribuyó la irregularidad a “los acontecimientos políticos que conmovieron el país”. Pero en 1881 se publicaron sólo tres tomos, y dos más en 1882. Con otros dos aparecidos en 1883 se cerró el voluntarioso final de la “Biblioteca Popular”, que llegó a completar así, con años de retraso, la docena de volúmenes correspondientes a 1880 y seguramente ya vendidos a los suscriptores. Espósito, Fabio, op. cit.

sicas y modernas al alcance de todos, convirtiéndose en las empresas que más títulos publicaban.³⁰

El primer proyecto del siglo XX presentado para “no privar ni al humilde obrero de los libros de su preferencia”³¹ fue *La Biblioteca de La Nación*³², que le da forma a una biblioteca literaria que aspira a lograr un libro legible, sencillo y de elegante presentación gráfica, a un precio accesible. Al decir de Emilio Mitre –director del diario desde 1894- la aparición de la Biblioteca “está justificada como una alianza entre el periodismo y el libro, convirtiéndose [este] en un complemento de la hoja diaria, donde esta colección literaria de carácter universal a semejanza de las que con tanto éxito se editan en Europa o Norte América, quiere ser tan vasta que pretende reunir en un pequeño volumen las novelas que hayan ocupado un lugar de distinción en las bibliotecas del mundo, sin que por ello se dejen de añadir todas las novedades literarias”.³³

Se lanzaron dos ediciones, una en rústica, que mostraba en su tapa diseño *art nouveau*, junto a una imagen del sol naciente con el nombre del autor y el título de la obra en dorado, a un costo de cuarenta centavos para los suscriptores y cincuenta para los números sueltos, y otra menos publicitada, encuadernada en tela oscura con letras doradas, a un peso. Y se anunciaba que se había conseguido tan bajo precio para cada libro ya que éste sólo estaba destinado a cubrir el jornal de los obreros y los materiales de la impresión.

³⁰ Ver para estas cuestiones los trabajos ya citados de de Diego, José Luis y Laera, Alejandra, y de Sagastizábal, Leandro, *La edición de libros en la Argentina. Una empresa de cultura*, Eudeba, Buenos Aires, 1995.

³¹ *La Nación*, octubre de 1901.

³² Para reconstruir la trayectoria de esta colección se han utilizado las obras de Severino, Jorge Enrique, “Biblioteca de *La Nación* (1901–1920). Los anaqueles del pueblo”, en *Boletín de la Sociedad de Estudios Bibliográficos Argentinos*, N° 1, 1996; Merbilháa, Margarita, “1900-1919. La época de la organización del espacio editorial”, en de Diego, José Luis, *Editores y políticas editoriales en Argentina, 1880-2000*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2006; Gramuglio, María Teresa, “Momentos del ensayo de interpretación nacional, 1910-1930”, en *Boletín del Centro de Estudios de Teoría y crítica literaria*, Rosario, N° 10, 2002. Y el ya citado trabajo de Fabio Espósito.

³³ *La Nación*, 7 de octubre de 1901.

Si bien existían condiciones estructurales que volvían viable el proyecto, una condición coyuntural terminó por ponerlo en marcha. Una renovación tecnológica, la composición en linotipo, dejaba sin trabajo a gran parte del personal tipográfico³⁴, por lo que este proyecto permitió reubicar a los operarios en la impresión de los volúmenes de la colección, que publicó hasta 1920, 872 títulos y 1.500.000 ejemplares. La biblioteca -que según consta en los avisos que durante un mes antes aparecieron en los diarios iba a poner la lectura al alcance de todos- entregaba al público semanalmente una novela de más de 200 páginas, con cuidadas traducciones al castellano y permitía conocer la literatura argentina, con la inclusión de algunas primeras ediciones de autores nacionales, como *Los caranchos de La Florida* de Benito Lynch, y libros de Ocantos, Bunge, Mitre y Manuel Podestá, entre otros.

Roberto Payró, quien fue su director y estuvo a cargo de la selección de los autores y títulos hasta 1907, diseñó algunas estrategias novedosas de apelación y convocatoria del público que iban desde la inclusión de un prólogo, el anuncio de las ediciones futuras y artículos comentando los títulos publicados, hasta convocar a una votación para que los lectores puedan elegir obras para incluirlas en la colección. La propuesta, logró convocar a 5.672 personas, siendo la obra que más votos obtuvo *El dueño de la herrería* del francés Georges Ohnet, mientras que entre los autores nacionales la más votada fue *La Bolsa* de Julián Martel, la cual si bien ya había sido publicada en forma de folletín, se quería su edición en otro formato.

³⁴ Resulta interesante recordar que, en 1897, fue Jacobo Peuser, librero y editor, el primero en introducir la linotipia en Buenos Aires. La mecanización de la industria editorial comenzó en 1870, cuando las empresas fueron sustituyendo los equipos manuales por las prensas de vapor. Sin embargo, la incorporación de la linotipo -máquina de impresión que se componía de matrices para fundir toda la línea en una pieza metálica- y de la rotativa -rodillos que contenían las bandas de papel sobre los que se imprimía el periódico de forma continua- posibilitó la aceleración de la impresión y la duplicación de la tirada. Según Juan Rómulo Fernández, estas innovaciones permitían, en manos de un trabajador calificado, componer un diario seis veces más rápido que de la forma manual tradicional. Bontempo, María Paula, *Editorial Atlántida: un continente de publicaciones, 1918-1936*, Universidad de San Andrés, 2012, (tesis doctoral). Disponible en <http://hdl.handle.net/10908/879>

La Biblioteca -recuerdan crónicas de la época- surgió bajo los mejores auspicios, el primer volumen, apareció el 4 de noviembre de 1901, con *Tres novelas picarescas* que incluía obras clásicas en el género: *La vida de Lazarillo de Tormes y sus fortunas y adversidades* de Hurtado de Mendoza, *La historia y vida del gran tacaño* de Quevedo y *Rinconete y cortadillo* de Cervantes. Su tirada inicial se agotó en 24 horas, y no sólo porque podían comprarse en las oficinas del diario sino porque estos libros se distribuían mediante la red de distribución del periódico, tanto en los puntos de venta que se habían incrementado en los distintos barrios de la ciudad como por todo el país. De esta manera llegaba a destinos lejanos, convirtiéndose en la principal responsable de la popularización del libro y la consecuente formación de las dimensiones de un mercado nacional.³⁵

El fenómeno no reconocía precedentes en el país, ya que puso en circulación una de las colecciones más importantes de la historia editorial en el país atrayendo a los lectores con menor formación cultural. Pero este pasaje a la ciudad letrada llegó democratizando el libro a través de su abaratamiento y comenzó a dar forma en el lector de una cultura por el buen libro. Este proyecto marca un hito en la historia de la edición de libros en Argentina ya que puso en evidencia que existía un amplio mercado al que se podía llegar con la edición de libros a bajo costo, con altas tiradas y con una distribución por circuitos no tradicionales. Y esto lo vincula con las otras colecciones que aparecen los primeros años del siglo XX: la *Biblioteca Argentina* (1915-1928) de Ricardo Rojas, *La Cultura Argentina* (1915-1925) de José Ingenieros y las ediciones de la *Cooperativa Editorial Buenos Aires*, (1917-1925) dirigida por Manuel Gálvez.

La Biblioteca Argentina, proyecto llevado adelante por Ricardo Rojas y publicado con el sello de *La librería de Roldán y Cía.*, compartirá, desde posturas ideológicas diferentes, públicos y objetivos con la propuesta de Ingenieros, remitiendo, no sólo a las mismos lectores: el estudiante, el obrero y el inmigrante³⁶, a quienes hay que integrar a

³⁵ Sorá, Gustavo, op. cit.

³⁶ Hay que destacar que si bien desde lo explícito, son éstos los destinatarios de la colección, al analizar la tirada, el costo, los medios en los que se publicaba y el circuito comercial, el lector privilegiado parece haber sido el estudiante, ya que buena parte de los volúmenes fueron comprados por el Estado y destinados a

los nuevos espacios de ciudadanía y donde el discurso literario es presentado como el vehículo que permitiría alcanzar una mejor expresión de la identidad nacional, sino que las dos colecciones buscaron crear alternativas para la publicación de libros de autores, como ellos mismos, y reeditar clásicos del pensamiento argentino que, había sido pocos editados y que son juzgados como de suma importancia, a excepción de los introducidos en la *Biblioteca La Nación*, pero que nunca habían sido publicados en gran escala³⁷.

En la *Restauración nacionalista*, editado en 1909, Rojas afirmaba que:

“la Historia de un país está en las bibliotecas, los archivos, los monumentos, los nombres geográficos tradicionales, la prédica de la prensa, las sugerencias de la literatura y el arte, los ejemplos de la política, la decoración de las ciudades, el espectáculo diario de la vida: cuanto constituye el ambiente histórico de una nación. La indiferencia en que el pueblo y el Estado argentinos han dejado enrarecerse el de nuestro país, describe, precisamente, esta vida no histórica que hacemos”³⁸.

De alguna manera en el informe sobre la enseñanza, presentado al ministro de Instrucción Pública, Rómulo Naón, aparecen las primeras ideas en torno a esa Biblioteca, que debía ser parte de un plan de educación con más contenido histórico y democrático. Al año siguiente y como delegado al *Congreso de Bibliotecas Populares*, reunido para el Centenario en Buenos Aires, volvió a presentar los fundamentos y propósitos de su colección, logrando que en la sesión presidida por el profesor Pablo Pizzurno, la asamblea lo aceptara por unanimidad.

Un paso importante para la concreción del proyecto, pareció ser la convocatoria que en 1911, le hace el presidente del Consejo de Educación,

bibliotecas e instituciones educativas.

³⁷ Sorá, Gustavo, op. cit.

³⁸ Rojas, Ricardo, *La restauración nacionalista de Ricardo Rojas: presentación Darío Pulfer* / Ricardo Rojas; comentado por Darío Pulfer. - 1a ed., UNIPE, Editorial Universitaria, La Plata, 2010, p. 269.

José M. Ramos Mejía, quien le pide que dirija una biblioteca popular de autores argentinos. Con tal motivo presenta un prospecto de la proyectada Biblioteca, donde se indicaban los autores, formato, precio y periodicidad, sin embargo la renuncia de Ramos Mejía, hizo imposible llevarlo a la práctica.³⁹

En 1913, Rojas resolvió fundar la Biblioteca Argentina por iniciativa particular, y al no disponer de los recursos para hacerlo, sumó como editores a Roldan y Compañía, comenzando la campaña para sumar suscriptores, ya que sería inviable la colección a menos que se contase con un número suficiente de ellos, convencidos que el éxito de la biblioteca no está en la idea, sino en el plan y en el método que lleve a concretarla, entendiéndolo que “esta es una aventura patriótica, [y que el objetivo no era] perseguir ganancias, con sólo invocar el delicado trabajo que demanda cada tomo al Director, y el precio popular de nuestras ediciones”⁴⁰.

Otro factor central en la producción y comercialización de estos libros fue el precio, idea que se plasma en la contratapa al anunciar que “esta Biblioteca publicará mensualmente, en condiciones económicas, los mejores o más famosos libros nacionales con el objeto de contribuir a la educación popular, por la obra de nuestros más esclarecidos autores. Fundada esta Biblioteca por iniciativa particular” no tiene ninguna subvención del Estado y el éxito se deberá solamente al “apoyo del pueblo, que podrá adquirir cada volumen por 1,50 \$ m/n”. Si bien no puede cumplirse con el plan editorial, Rojas selecciona, recorta, reordena y marca un camino para la lectura de la literatura argentina a través de la publicación de 29 libros entre 1915 y 1928⁴¹, marcando el camino hacia la emergencia del editor y el escritor moderno, al vivir de su trabajo en el proceso de profesionalización de la escritura.⁴²

³⁹ Véase en el *Monitor de la Educación Común*, tomo XXXIX, número 466, pp. 105-112, los antecedentes de este asunto y el proyecto de Rojas.

⁴⁰ de Lizárraga, Reginaldo, *Descripción Colonial*. Nota Preliminar de Ricardo Rojas, Librería La Facultad de Juan Roldán, Buenos Aires, 1916, p. II.

⁴¹ Hermida, Carola, “Tres introducciones”, en *Estudios de Teoría Literaria*, Año 2, N° 4, 2013, pp. 223-234.

⁴² Viñas, Daniel, *Literatura argentina y realidad política*, Jorge Álvarez Editor, Buenos Aires, 1964, p. 293.

También en 1915, se publica el primer volumen de *La Cultura Argentina*⁴³, una colección que intentaba, tratando de materializar una serie de ideas generadas en el clima del Centenario y desde un proyecto editorial, convertirse en una enciclopedia de los clásicos argentinos brindando opciones ideológicas a una ciudadanía que podía cambiar la historia política del país y afirmar la identidad nacional, libre del régimen de partido único, la corrupción del sufragio y las presiones de los sectores tradicionales.⁴⁴ Si bien, José Ingenieros había realizado intentos por aunar esfuerzos con Rojas para publicar juntos, las diferencias entre ellos los volvieron inviables.⁴⁵ En ese sentido Ingenieros recuerda que:

“repetidas veces le propuse –a Ricardo Rojas- que hiciésemos una sola biblioteca; expresé a Roldán que yo renunciaba a tener en ella cualquier participación comercial y le insté para que indujese a Rojas a aceptar mi proposición, haciéndole presente que yo aportarí a las obras de Ameghino, Ramos Mejía y Álvarez, que no eran del dominio público. La gestión fracasó, me dijo Roldán que Rojas había pensado publicar ‘ediciones críticas’, con un criterio distinto del que yo tenía: ‘ediciones populares y baratas’.”⁴⁶

⁴³ Para la reconstrucción de este proyecto se cuenta con un material excepcional producido por el mismo Ingenieros, *Historia de una biblioteca* (que se publica, por primera vez, en la *Revista de Filosofía*, que el mismo dirige en 1915). Allí sostiene que cree “útil, para [la] futura historia literaria, consignar algunos datos sobre su origen y ejecución, antes que el tiempo borre en su perspectiva las primeras impresiones de esta obra”. El texto fue reproducido en Muñoz, Marisa Alejandra, “José Ingenieros y ‘La historia de una biblioteca’”, *Anuario de Filosofía Argentina y Americana*, N° 15, Cuyo, 1998, pp. 209-213.

⁴⁴ Halperín Donghi, Tulio, *Vida y muerte de la República verdadera (1910-1930)*, Ariel, Buenos Aires, 1999 y Sorá, Gustavo, op. cit.

⁴⁵ Fernando Degiovanni muestra en su estudio sobre las dos colecciones que lo que las distancia son los criterios para definir eso que dieron en llamar “la argentinidad” que sostenían los diseñadores de los proyectos editoriales, y sus disputas por tratar de imponer y difundir su idea de patria a partir de esa serie de textos seleccionados. Degiovanni, Fernando, *Los textos de la patria. Nacionalismo, políticas y canon en la Argentina*, Beatriz Vitervo, Rosario, 2007.

⁴⁶ Auza, Néstor y Trenti Rocamora, José Luis, *Estudio e índice de la colección La Cultura Argentina (1915-1925)*, Sociedad de Estudios bibliográficos argentinos, Serie “Estudios”, Buenos Aires, N° 3, 1997.

La colección, que se publica durante 10 años, incluye a 69 autores y más de 130 libros⁴⁷, con una tirada de 3.000 a 5.000 ejemplares, teniendo, cada volumen, una breve noticia biográfica con prólogos o comentarios de Vicente Fidel López, Juan María Gutiérrez, Norberto Piñero, José Nicolás Matienzo, Joaquín V. González, Carlos O. Bunge, Álvaro Melián Lafinur, Evar Méndez, Francisco Cruz, Alfredo J. Torcelli o el mismo José Ingenieros. Como ya se ha indicado, el bajo precio apareció como el requisito indispensable para este proyecto que se propuso, entregando a la imprenta un título por semana, reeditar libros de autores argentinos ya fallecidos: Moreno, Hernández, Ameghino, Lamas, Echeverría, Sarmiento, Andrade, Ramos Mejía y Agustín Álvarez. El criterio de Ingenieros al realizar la elección muestra su sensibilidad frente a los hechos sociales, pero a la vez, también logra dar forma de libro a escritos que no lo tenían, por lo cual contribuye a sistematizar el pensamiento de varios autores.

La idea de armar esta colección se gesta en 1904 con el nombre de *Biblioteca Argentina de Ciencias y Letras*, y contaba con Ramos Mejía como director y Lajouane como impresor. Y si bien se publicaron los prospectos donde figuraban obras inéditas de Ramos Mejía, Juan A. García⁴⁸, Lucas Ayarragaray, Carlos O. Bunge, Leopoldo Lugones, Francisco de Veyga⁴⁹ y Agustín Álvarez entre otros, Ingenieros renuncia al proyecto al verse Félix Lajouane involucrado en la solicitud al Congreso de \$ 30.000 m/n anuales de subvención para editar la biblioteca. “Es preferible renunciar a su publicación si el proyecto no se da en un marco de transparencia para el público”.⁵⁰

⁴⁷ Si bien se dice que las obras editadas alcanzan a 144, Auza y Trenti, en su rastreo bibliográfico sólo logran registrar 132.

⁴⁸ Se anunciaba *La Ciudad unitaria*, que todavía estaba inédita, situación que no sería tal si se hubiera emprendido entonces la publicación de la biblioteca. Ingenieros, José, op. cit.

⁴⁹ Anunciaba un interesante libro, *Los atorrantes* y se adelantó mandando fotolitografiar a Europa las ilustraciones, para intercalarlas en el texto que se imprimiría aquí. “Han pasado diez años, el libro no ha aparecido y las costosas ilustraciones están en poder del doctor José R. Semprún, esperando editor”, Ingenieros, José, op. cit.

⁵⁰ Muñoz, Marisa Alejandra, “José Ingenieros y ‘La historia de una biblioteca’”, *Anuario de Filosofía Argentina y Americana*, N° 15, Cuyo, 1998, nota 6, p. 208.

La edición rústica costaba \$ 1 m/n y el de formato mayor -más de 400 páginas- \$ 2 m/n. En la contratapa de cada ejemplar se afirmaba que “La Cultura Argentina no tiene subvenciones ni vende ejemplares a las reparticiones públicas; La Cultura Argentina edita en el país y vende los libros a precio de costo; La Cultura Argentina persigue fines educativos y no es una empresa comercial”. Para diciembre de 1915, ya se había incorporado la colección en el circuito de las publicaciones periódicas, además, de ampliar el circuito de la venta al poner a disposición del público los libros en cigarrerías, peluquerías, jugueterías, agencias de lotería y también en tiendas de ramos generales y en kioscos.

En 1925, con la muerte de Ingenieros, su impresor Lorenzo J. Rosso, continuó reimprimiendo la mayor parte de sus títulos hasta 1939 en el marco de una nueva serie que tituló *La Cultura Popular*. Rivera señala que existe una continuidad entre los dos proyectos, con la presencia de los mismos textos canónicos y positivistas, con algunos poetas románticos tardíos, autores con arraigo popular o escritores de memorias.⁵¹

La *Cooperativa Editorial Buenos Aires* es el tercer proyecto editorial de importancia de mediados de la década del ‘10, que reunió a escritores como Manuel Gálvez, Horacio Quiroga, Alfonsina Storni, Juan Carlos Dávalos y Benito Lynch, quienes le dan forma a una cooperativa entre pares, descontentos con las pocas posibilidades de editar literatura nacional y contemporánea, es decir una literatura *viva y moderna*. Estos libros costaban entre \$ 1,20 m/n y \$ 3 m/n, y se distribuían en todo el país, a la vez que en Chile, Bolivia, Paraguay y Uruguay, consiguiendo editar en cinco años 68 títulos, muchos de los cuales se agotaron rápidamente.⁵²

Parte de la idea de este proyecto aparece en el prólogo a *Las puertas de Babel*, de Héctor Blomberg, que se publica en 1920. Allí M. Gálvez afirma con “satisfacción de artista y de argentino, [que a mi] empeño se debe que este libro aparezca”. Y continúa señalando que considera que:

⁵¹ Rivera, Jorge, *Colección capítulo 56. Historia de la literatura argentina. La forja del escritor profesional (1900-1930), Los escritores y los nuevos medios masivos (I)*, CEAL, Buenos Aires, 1985, pp. 142 y 143.

⁵² Rivera, Jorge, *Colección capítulo 57. Historia de la literatura argentina. La forja del escritor profesional (1900-1930), Los escritores y los nuevos medios masivos (II)*, CEAL, Buenos Aires, 1985, pp. 342 y 343.

“los muy contados escritores a quienes el público escucha, tenemos el deber patriótico de difundir [así como] hacer triunfar a los jóvenes de verdadero talento. Conozco demasiado las pequeñeces del ambiente literario y periodístico para no ignorar que un escritor nuevo del valer de Blomberg, sin prestigio aun, no encontrará quien tenga el coraje de pretender imponer su nombre al público, elogiando su libro como merece que lo elogien”.⁵³

Estos proyectos editoriales que fueron encabezados por intelectuales prestigiosos, pretendían seleccionar *los mejores libros* con un afán pedagógico, y fueron producto de ciertas ideas e imaginarios que se relacionan con los debates que rondaron el Centenario, pero si las principales colecciones publicadas hasta entonces habían estado a cargo de escritores o intelectuales destacados, R. Payró, R. Rojas, J. Ingenieros y M. Gálvez, estos serán reemplazados por inmigrantes humildes sin relación alguna con la alta cultura, recién llegados al mundo de los libros y quizás, por esa razón, más interesados en dos dimensiones diferentes de lo nuevo. Por un lado, tendencias filosóficas o literarias, pero lo más destacado, un mercado de un renovado público lector que se había logrado hacer expandir. De modo que esos nombres son sólo parte de esta transformación de la historia editorial argentina ya que también existe un grupo de ediciones no cuidadas, en forma de folletines desde donde se proveen los elementos de identificación de los sectores populares e inmigrantes en la ciudad.⁵⁴

Este tipo de producción literaria creció acompañado de un aparato editorial destinado a satisfacer las necesidades de ese mercado de lectura diversificado, brindando un espacio de identificación y constitución de sus identidades a partir del borramiento de rasgos lingüísticos y culturales. Ese efecto del criollismo, diferente del siglo XIX que apelaba a un público

⁵³ Blomberg, Héctor, *Las puertas de Babel*, con prólogo de Manuel Gálvez, Buenos Aires Cooperativa Editorial limitada, Buenos Aires, 1920, pp. 7 y 8.

⁵⁴ de Diego, José Luis, “Políticas editoriales y políticas de lectura”, en *Anales de la educación común*, Tercer siglo, año 3, N° 6, Educación y lenguajes, 2007, pp. 38-44. Romero, Luis Alberto, “Buenos Aires en la entreguerra: libros baratos y cultura de los sectores populares”, en Armus, Diego (comp.), *Mundo urbano y cultura popular. Estudios de historia social argentina*, Sudamericana, Buenos Aires, 1990, pp. 40-67. Prieto, Adolfo, op. cit.

rural, logró cubrir las necesidades simbólicas de sectores que estaban atravesando un proceso de integración a la comunidad nacional.⁵⁵ De modo que en estos años va emergiendo con más fuerza la figura del editor moderno, capaz de desarrollar diversas estrategias para conquistar al público que está dispuesto a leer de todo, pero barato.⁵⁶

En 1915 hacen su aparición las *Ediciones mínimas*, cuadernos mensuales de ciencia y letras dirigidos por Ernesto Morales y Leopoldo Durán. Contaban entre 15 a 30 páginas cada uno, en rústica y que se comercializaban al precio de diez centavos. Esto dio inicio a una nueva modalidad, una publicación periódica, con frecuencia semanal, quincenal o mensual, dedicada a difundir una obra corta de escritores contemporáneos, como Edmundo Montagne, Roberto Payró, Carlos Guido Spano, José Ingenieros, José S. Alvarez, Fernández Moreno, Eduardo Wilde, “Almafuerte”, Juan B. Justo, Juan Pedro Calou, Leopoldo Lugones, Clemente Onelli, Rafael Alberto Arrieta. El éxito estuvo relacionado a la calidad literaria, su bajo precio y el gran número de ejemplares editados, lo que terminó por estimular la aparición de emprendimientos análogos, como *La Novela Semanal* (1917-1922), *El Cuento Ilustrado* (1918), *La novela de hoy* (1918), *La Novela del Día* (1918-1924), *La novela cordobesa* (1919), *La novela elegante* (1919), *Novela nacional* (1920), *Novela de la juventud* (1920) y otras colecciones, que tuvieron auge entre 1917 y 1925 y continuaran durante las décadas siguientes. Lo novedoso de este producto cultural es que pudo incorporar y consolidar el uso de recursos modernos que despertaban el interés de los lectores: concursos, regalos, publicidades, lo que posibilitó aumentar los tirajes y de esa manera reducir costos.⁵⁷

En este contexto, también vendía la novela rosa que podían conseguirse por diez centavos, un género que se explota “de una manera escandalosa para indigesto alimento de modistillas, escolares, adolescentes ávidos de escenas filmadas en papel de imprenta [...] Pequeña literatura [...] que produce morbosas fermentaciones en los espíritus desprevenidos,

⁵⁵ Prieto, Adolfo, op. cit., p. 57.

⁵⁶ Delgado, Verónica y Esposito, Fabio, “La emergencia del editor moderno”, en de Diego, José Luis (dir.), *Editores y políticas editoriales en Argentina (1880-2000)*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires/México, 2006, pp. 59-90.

⁵⁷ Rivera, Jorge, op. cit., p. 343.

vírgenes de cultura, intoxicando en sus fuentes el alma colectiva”.⁵⁸ El éxito de estas novelas respondía a la accesibilidad de la lectura, cortas, sin imprevistos retóricos y con tramas repetitivas de los textos, que lograban satisfacer la necesidad de ficción y al gusto por el drama sentimental. De rápida producción, esa literatura de barrio, o *publicaciones de kiosco* tal como se la conocía entonces, sumó tiradas de 200.000 ejemplares semanales, y si bien contribuyó a su difusión su temática y estilo, se vio favorecida sobre todo por ser económicas.⁵⁹

Hay que considerar otro segmento del mercado, y es que para acompañar las políticas de alfabetización, o ese irresistible ingreso en la lectura de toda la sociedad⁶⁰ crece la necesidad de editar libros de lectura para las escuelas. Lo que impulsa la consolidación de editoriales como la de Ángel Estrada o en 1894, Pedro Igon y Cía. Editores, la Librería del Colegio, y la aparición de otras como la casa Editora Cabaut y Cía. en 1900 y Editorial Kapelus en 1905.

En el caso de la familia Estrada, habían llegado a Buenos Aires a fines del siglo XVIII provenientes de España y se dedicaron al comercio. Pero será Ángel Estrada quien, heredando de su padre la visión empresarial y en un contexto económico de expansión, se dedicará a la industria gráfica y editorial. Estrada obtiene en 1872 la representación de la casa editora D. Appleton & Co. de Nueva York, famosa por sus cartillas científicas, que las comercializa al traducirlas al español, a lo que suma la impresión de libros de lectura y el *Eptome y el Compendio de la Gramática Castellana*. La Editorial de Ángel Estrada comienza su actividad en el mundo de la gráfica moderna, pero muy pronto ocupará un espacio esencial entre el Estado y la sociedad, ya que de acuerdo a los contenidos mínimos de enseñanza, reglamentados por la ley, lectura y escritura, geografía e historia nacional, matemática, física y ciencias naturales, proveyó el material escolar que se necesitaba para impulsar dicho proyecto educativo.⁶¹ Así incursiona en la

⁵⁸ *Revista de El Círculo*, N° 17, mayo de 1920.

⁵⁹ Sarlo, Beatriz, *El imperio de los sentimientos. Narraciones de circulación periodística en la Argentina (1917-1925)*, Catálogos, Buenos Aires, 1985.

⁶⁰ Chartier, Anne-Marie y Hébrard, Jean, *Discursos sobre la lectura*, Gedisa, Barcelona, 1994, p. 17.

⁶¹ González, Lidia *et al*, “La Editorial Estrada” en *Montserrat, Barrio fundacional de Buenos Aires*, Cuaderno N° 7, Dirección General Patrimonio e Instituto Histórico, Buenos Aires, 2012.

Construyendo el mundo editorial en Argentina en los inicios del siglo XX

edición de libros argentinos, escritos por maestros argentinos, con textos y mapas que reforzarán la construcción de la identidad nacional. Hacia 1910, la editorial encargó al pintor Francisco Fortuny una colección de veinticuatro cuadros al óleo sobre acontecimientos históricos para ser exhibidos en instituciones educativas de todo el país y para reproducirlos en los libros de historia pertenecientes a su sello editorial. Una mención especial merece *El nene* de Andrés Ferreira, libro que en 1895 proponía el aprendizaje por el método silábico, más de treinta años después, en marzo de 1929, se lo reedita como un homenaje a su autor, fallecido un año antes, con ilustraciones y tipografías modernas. Este libro tuvo 120 ediciones, y fue usado por las escuelas argentinas hasta 1949.

En cuanto a la editorial Kapelusz ésta será creada por un emigrante austríaco que había llegado al país poco después de la Revolución del '90, transformando su negocio de librería en una editorial, con el objetivo de mejorar y renovar la calidad de los textos escolares. Con ese objetivo, Adolfo Kapelusz publica los libros de reconocidos docentes de la época como Víctor Mercante, Alfredo Calcagno y Clotilde Guillén de Rezzano, entre otros. En 1917, publica el *Método práctico de ejercicios activos de Geografía*, que se adelantará una década a la llamada escuela activa. En una línea similar, unos años más tarde, 1918, comienza a dar sus primeros pasos la editorial Atlántida, fundada por Constancio C. Vigil, una editorial de revistas y libros que terminará por especializarse en obras para niños.⁶²

Los productos de esta editorial fueron capaces de interpretar e identificar los cambios de sensibilidades de sus públicos, reconociendo a los consumidores en la construcción de las masculinidades, femineidades e infancias, atendiendo a los gustos de los lectores y sus consumos. Tempranamente, en un contexto de expansión empresarial, comenzó a publicar la Biblioteca Atlántida, una colección de autores argentinos reconocidos, siendo el primer libro que editó *Las industrias de Atenas*, de Leopoldo Lugones, incluyendo en el catálogo autores conocidos y leídos por el público, así como obras que le daban prestigio al emprendimiento como *La torre de Casandra*, también de Lugones; *El cantar de los cantares*, de Arturo Capdevila; *La Rishi Abura*, de Adolfo Agorio; *El teniente coronel*

⁶² Lago Carballo, Antonio y Gómez-Villegas, Nicanor, *Un viaje de ida y vuelta: la edición española e iberoamericano (1936-1975)*, Siruela, España, 2006, p. 101.

Fray Luis Beltrán y Patria y democracia, de Joaquín V. González. Si bien con esto se presentaba a la editorial *no como una empresa de especulación, sino de cultura, de mejoramiento moral y de engrandecimiento social*, buscaba satisfacer intereses comerciales.⁶⁶

Si bien los libros se comercializaban en diversas librerías o por pedido a la administración, en la década del '20, instalaron un local de ventas de su material (al que sumaron el de otras editoriales) en Lavalle 720. La nómina de títulos era amplia e intentaba poner al alcance de los lectores obras de calidad a precios accesibles. Así se incluyeron autores tan diversos como León Tolstoi, Jack London, Marcel Proust, Anatole France, William Shakespeare y Carlos Ibarguren. Ellos convivían con la Obra para el Estudio de la Revolución Rusa y colecciones tan distantes como la de Teosofía y Ocultismo, Humorismo Mundial, la Biblioteca de Educación Sexual y libros de texto para la escuela secundaria. Un catálogo diverso pero comercializable y vendible, con colecciones que se convirtieron en “best-sellers”. Como editora de libros, será recién en 1929 cuando se comiencen a publicar las obras de Constancio C. Vigil.⁶³

Por otra parte también surgirán otras experiencias editoriales que intentaran dar respuestas a los intereses de la clase trabajadora, con el objetivo de crear una contra cultura, que ofrezca una alternativa diferente y opuesta a los emprendimientos burgueses. Para los círculos de izquierda el lenguaje escrito fue importante ya que se lo pensaba como un puente entre el pequeño núcleo de teóricos e ideólogos y la gran masa de los trabajadores. Dentro de este contexto, los proyectos editoriales ocuparan un lugar central ya que muchos se acercaran al movimiento inspirados por esas lecturas. Así, durante la década de 1920, cobrará impulso la aparición y circulación de libros, folletos y revistas culturales.

Diego Abad de Santillán entiende que todo tipo de material impreso significaba un espacio de diálogo para las agrupaciones ácratas y un instrumento para reunir al movimiento anarquista internacional continuando, a partir de 1918, el trabajo de Bartolomé Victory y Suárez quien, a mediados del siglo XIX, había editado la *Biblioteca Popular*. Abad de Santillán, comienza con la tarea de educar al proletariado por medio de ediciones económicas de obras de la bibliografía anarquista que permitían

⁶³ Bontempo, María Paula, op. cit.

la difusión de las ideas libertarias. Así *La Protesta*⁶⁴ funcionará como una verdadera empresa editorial, a la que se sumarán Argonauta, Liga y Mi-nerva.⁶⁵

En su papel de teórico militante, periodista, escritor, editor y traductor, a mediados de 1922 y desde Berlín, desarrollará tareas para la editorial Argonauta quien lanzará una colección con la biografía de los pensadores célebres del anarquismo, encargándosele que realice, desde Berlín donde se encontraba, los contactos necesarios para editar y traducir los textos doctrinarios. Estas publicaciones llegarán por su intermedio, a diversos países latinoamericanos y europeos generando un circuito de intercambio con distintas asociaciones que enviaron al Río de la Plata, sus textos doctrinarios y materiales editados.

Por último, y para cerrar el camino de estas primeras indagaciones sobre los inicios del espacio editorial en Argentina durante las primeras décadas del siglo XX, hay que mencionar los proyectos de Juan Carlos Torrendell con la *Editorial Tor* (1916) y las *Ediciones Selectas América* (1919) de Samuel Glusberg.

El 16 de junio de 1916, a los veinte años, Juan Carlos Torrendell, fundó la *Editorial Tor*⁶⁶, proyecto con el que lograría vender, por más de medio siglo, libros a bajo precio en cantidades industriales por toda Sudamérica, difundiendo a autores de todo tipo, como un ejemplo del caos creativo de un emprendimiento editorial argentino de un empresario enfocado en un público específico. Con un capital inicial que no superaba los quinientos pesos, Torrendell publicaba libros dirigidos a un público

⁶⁴ En 1903 aparece *La Protesta* que fue la continuación de *La Protesta Humana* (13 de junio de 1897). Esta publicación, que un año después comienza a editarse en forma diaria, se transformó en una de las más importantes del movimiento anarquista latinoamericano. Sus fundadores fueron Gregorio Inglán Lafarga, Mariano Cortés, Eduardo Gilimón y Francisco Berri.

⁶⁵ De La Rosa, María Fernanda, “Entre la militancia y los proyectos editoriales. La labor de Diego Abad de Santillán dentro del anarquismo argentino, 1920-1930”, en *IV Jornadas de Historia de las Izquierdas. Actas Mesa 8: “Prensa política, revistas culturales y emprendimientos editoriales de las izquierdas latinoamericanas”*, Centro de Documentación e Investigación de la Cultura de Izquierdas en la Argentina, 2007, p. 4. Disponible en: <http://www.cedinci.org/jornadas/4/M8.pdf>

⁶⁶ Abraham, Carlos, *La Editorial Tor. Medio siglo de libros populares*, Tren en Movimiento, colección Sentidos del Libro, Temperley, 2012.

masivo y de escasos recursos económicos. En su carácter de comerciante sus estrategias fueron innumerables y audaces para llegar al abaratamiento de sus títulos, el rango de precios de estas ediciones oscilaba entre 50 centavos y 3 pesos, haciendo modificaciones de los originales o publicando traducciones poco fieles. Uno de los comentarios más duros sobre estas prácticas editoriales proviene de Arturo Peña Lillo, también editor quien criticaba las “pésimas ediciones, mal traducidas, terminadas donde el pliego concluía por razones técnicas y no por designio del autor, denuncian ya los vicios de la desaprensiva y gran industrialización del libro. A esta editorial no la tiene en cuenta ningún cronista, por constituir una página negra en la historia editorial”.⁶⁷

Sin embargo, Juan Carlos Torrendell, es un personaje que representa al prototipo del editor cuya política editorial se resumía en vender lo más posible. En sus memorias, Gálvez, presenta sus hábitos de impresión y su estrategia editorial,

“su padre me [contó que el] muchachito concluido el trabajo se iba a su casa y se encerraba en su cuarto a escribir cartas a los libreros Hispanoamericanos. Caso de Vocación. Sin conocimientos literarios, ni consejeros a sueldo, ha editado millares de títulos. Ha hecho llegar al pueblo toda la literatura mundial. Sus enemigos suponen que sólo se publicaba libros malos. Error. Editó a Platón, Esquilo, Cervantes, Shakespeare, Dostoievski, Tolstoi, Freud, Pirandello [...] y entre [los argentinos] Echeverría, Sarmiento, Hernández, Mitre, Mansilla... eso sí, a veces, mutilaba los libros. El [de] Hitler *Mi Lucha*, que tenía en alemán ochocientas páginas, quedó reducido a doscientas. Podríamos decir, imitando a Gracián: ‘De lo malo, cuanto menos mejor’”.⁶⁸

Lejos de la pulcritud y la corrección política, hizo un enorme aporte a la cultura popular, incluyendo en sus colecciones desde Freud hasta Marx, de Tarzán a Salgari, acumulando piratas, detectives y cowboys, y

⁶⁷ Peña Lillo, Arturo, *Los encantadores de serpientes (mundo y submundo del libro)*, Arturo Peña Lillo Editor, Buenos Aires, 1965, p. 25.

⁶⁸ Gálvez, Manuel, *Recuerdos de la vida literaria (II). Entre la novela y la historia. En el mundo de los seres reales*, Taurus, Buenos Aires, 2003, p. 729.

llamando la atención de escritores como Horacio Quiroga, Borges o Bioy Casares. Los libros publicados por *Editorial Tor* tenían algunas características que los definen ya que la intención de mantener los títulos a precios bajos, llevó a la ausencia de adornos sofisticados, la falta de una cubierta dura y el uso de un tipo de papel de baja calidad, donde las portadas coloridas servían para llamar la atención de lectores ansiosos de emociones simples y fuertes. Había dos vertientes en la editorial, una destinada al entretenimiento con historietas y colecciones de literatura popular, la otra con autores clásicos de la literatura universal. La intención era captar integralmente el mercado de los lectores de bajos recursos, satisfaciendo el ansia de cultura, instrucción y elevación socio-cultural de los sectores populares a la vez que les permitía la lectura de literatura policial, de aventuras, de vaqueros y ciencia ficción, así como historieta, en una estrategia que le permitirá satisfacer gustos más cotidianos de esos mismos sectores.

En el caso del proyecto de Samuel Glusberg que, sin colocarse en el centro de la escena y persiguiendo su objetivo de dar a conocer y divulgar sus hallazgos literarios, queda convertido en un animador cultural publicando una colección de folletos que llamó *Ediciones Selectas América. Cuadernos mensuales de Letras y Ciencias*, donde se proponía ofrecer al público las producciones más valiosas de los escritores de América con el objetivo de “robustecer los vínculos entre los obreros espirituales de Argentina y las repúblicas hermanas”⁶⁹. El proyecto pudo iniciarse gracias al obsequio de doscientos pesos enviados desde Chile por su tío, Félix Telesnik. Y la visita de Amado Nervo a Buenos Aires, le permitirá comenzar con su labor al publicar *Florilegio* (1919) del poeta mexicano, con una semblanza a cargo de Rubén Darío, siendo el inicio de un éxito editorial. A aquel de Nervo siguieron otros cuadernos con textos de Lugones, Quiroga, Fernández Moreno, Payró, Alfonsina Storni. Los ejemplares se agotaban y era necesario reimprimirlos dos y hasta tres veces. Eran los años de la cultura del folleto barato, de salida periódica, un lejano antecedente del fascículo de las décadas del sesenta y setenta.⁷⁰ A partir de este emprendimiento edito-

⁶⁹ Esto puede leerse en la contratapa del Tomo I de *Ediciones Selectas América. Cuadernos mensuales de Letras y Ciencias*. Salaverri, Vivente A., *La visión optimista*, Ediciones Selectas América, Buenos Aires, 1919.

⁷⁰ Tarcus, Horacio, *Mariátegui en la Argentina o las políticas culturales de Samuel Glusberg*, El Cielo por Asalto, Buenos Aires, 2002, p. 31.

rial, Glusberg empieza a desarrollar su entorno cultural y su propio campo intelectual, que incluirá relaciones con Roberto Payró, Alberto Gerchunoff y Leopoldo Lugones. Sin embargo, las ediciones más importantes hechas por Glusberg fueron los libros publicados por la Editorial Babel, los que mezclaban una cuidada edición, un precio accesible para todo público (entre 1 y 2 pesos) y una renovación intelectual y literaria muy fuerte, lo que transforma a Glusberg en un difusor cultural de nuevos y consagrados valores de la literatura argentina y latinoamericana. Esto, por otra parte, trajo consigo una legitimación del trabajo editorial contribuyendo a mejorar las ediciones argentinas. Una huella de ello es el hecho de haber convertido el nombre de la Editorial Babel -que hacía referencia a la torre bíblica- en la sigla B.A.B.E.L. que significaba *Biblioteca Argentina de Buenas Ediciones Literarias*, lo que daba cuenta del buen momento que vivía su editorial en el contexto intelectual argentino. A través de este proyecto, Glusberg emprende políticas culturales para transmitir trabajos de escritores e intelectuales que poseían trayectorias variadas en el medio argentino. Frente a este hecho, Tarcus sostiene que Glusberg fue algo más que un difusor cultural, cabiéndole más la figura de *propiciador*, la cual pone sus esfuerzos más en propiciar la obra ajena que en desarrollar la propia, o mejor dicho, quien hace de la obra ajena su propia obra.⁷¹

En la década del veinte, el sector se fortalecerá y se crearán otras casas editoriales como Cooperativa Editorial Claridad (1922) y Proa (1924). Antonio Zamora, fundador de Claridad, entendía al libro como un transmisor de ideas políticas, en este caso socialistas, que servían para crear una conciencia crítica de la realidad en los sectores populares que sirviera para mejorarla. La editorial comenzó en 1921 con la colección *Los Pensadores*, y continuó con diversas bibliotecas dirigidas a diferentes perfiles de lectores, como Los Realistas, Los Poetas, Sherlock Holmes, etc. Innovador en las prácticas empresariales, y convencido de que el arte no debía ser ajeno a las necesidades del pueblo, Zamora redujo costos incorporando talleres y maquinarias propias, distribuyó sus libros en los quioscos de revistas y priorizó los avisos, los comentarios de sus libros y los anuncios de las siguientes apariciones. Con Claridad, Zamora combinó la misión cultural y la percepción de nuevos públicos.

⁷¹ Tarcus, Horacio, op. cit., p. 83 y Tarcus, Horacio, “Samuel Glusberg, entre Mariátegui y Trotsky”, en *El Rodaballo*, año 3, N° 5, 1996/97, pp. 34-40.

Proa fue fundada por Evar Méndez, Oliverio Girando y Ricardo Güiraldes, y con este signo editorial aparecerán las primeras ediciones de algunos de los escritores de la nueva generación, *Don Segundo Sombra*, de Güiraldes; *Alcántara* de Francisco Luis Bernárdez; *El imaginero* de Ricardo Molinari; *La voz de la Vida* de Norah Lange. Jorge Luis Borges publicó *Inquisiciones*, *Luna de enfrente* y *El tamaño de mi esperanza*.

Signos del inicio de una nueva era

Las dos primeras décadas del siglo XX son definidas como una época de organización del espacio editorial. Allí se pueden encontrar espacios diferenciados de librerías, imprentas y editoriales que permiten dinamizar la actividad literaria, intelectual y científica por la expansión del mercado de los libros de bajo costo, con el inicio de una sustitución de la importación de libros impresos en el extranjero por la producción local, posibilitado por la existencia de un público lector ampliado y la adquisición de la lectura como una habilidad específica. Esto fue producto de la alfabetización de la mayor parte de la población nativa y extranjera que, con el uso de nuevas formas de venta y circulación, lograron aumentar la cantidad de publicaciones y ediciones, marcaron en esa época los contornos de la modernidad en Argentina, permitiendo que esta industria fuese una de las más dinámicas e importantes de América Latina, aun cuando, se competía con los grandes editores de Europa, como Hachette en Francia y Espasa-Calpe en España, ambas con representación en Argentina.

Más allá de que el tema aquí presentado ha sido ampliamente tratado en la bibliografía, parece interesante detenerse a considerar algunas cuestiones que surgen al volver a mirar a los lectores, los libros, la edición y la difusión de obras impresas en Argentina durante estas primeras décadas. En primer lugar, hay que tomar en cuenta que los nuevos públicos hacen sus primeras prácticas de lecturas a partir de los papeles periódicos pero, si esa fue la vía de acceso a la ciudad letrada, ese también fue el camino que los hizo ingresar al mercado del libro.

De este modo, y tal como lo afirma Raymond Williams, se puede observar la historia cultural real en una etapa donde nuevos actores comienzan a apropiarse y transformar la política y la cultura manifestando sus aspiraciones de cambio. Es allí donde el capitalismo logra perfeccio-

nar estrategias que le permiten desarrollar formatos novedosos, en este caso a través de los libros y la profesionalización de la edición, apropiándose, en parte, de esos espacios populares que se están gestando.⁷²

Esto también sirve de inicio para construir una tipología de la edición que permita avanzar en la investigación de las diferentes modalidades no sólo del consumo de libros sino también de las estrategias de edición para un mercado atravesado por segmentaciones sociales, políticas, de género, por edades, entre otras.

Lo que inicia este ciclo, en tanto modifica la forma de producción, costos y comercialización es la venta de la **edición desde proyectos periodísticos**, como la paradigmática *Biblioteca La Nación*, sobre todo por la aparición de las librerías de la esquina, que permitió que los libros a bajo costo puedan ser adquiridos en los barrios. La siguiente fase está caracterizada por la aparición de las **ediciones de intelectuales**, como las colecciones diseñadas por Ingenieros, Rojas o Gálvez, quienes entendían que la publicación de autores del pensamiento argentino, era uno de los medios que les permitiría alcanzar y afianzar la identidad nacional.

Frente a esa tendencia homogeneizadora, en la siguiente etapa se evidencia que la edición de libros económicos se diseña pensada a través de proyectos que comienzan a dar respuesta a la segmentación del mercado, así aparece la **edición de pequeña literatura**, como los casos de *Ediciones Mínimas*, *La novela de la juventud o las novelas rosas*. Al ir avanzando y extendiéndose la alfabetización y la lectura aparece la necesidad de una especialización. Esto se logra con la **edición para la escuela**, y estos serán los inicios de empresas como Estrada o Kapelusz. Destaca también, apartándose de las motivaciones anteriores, la aparición de una **edición de contracultura**, la cual con el objetivo de educar a los proletarios edita bibliografía anarquista que permitía la difusión de sus ideas libertarias.

El último paso en esta primera etapa del proceso fue la aparición de la **edición profesional**. Aquí, no sólo se observa una especialización del trabajo dentro de la empresa editorial, sino también que el editor encarna un doble personaje, que expresa la búsqueda del beneficio economi-

⁷² Williams, Raymond, *La política del modernismo*, Manantial, Buenos Aires, 1997, pp. 139 y ss.

co a la vez que el amor por la literatura. Así, las nuevas editoriales como *Tor*, *Claridad* o *Proa*, tomando en cuenta los diferentes gustos editaran, bajo el mismo sello, diferentes colecciones que respondan a cada una de las demandas del mercado.

Sin duda esta breve recorrido aquí realizado y este esbozo de tipología, muestra que estos proyectos editoriales como bien lo expresa Bourdieu dan cuenta del libro, como un objeto de doble faz, económica y simbólica, siendo a la vez mercancía y significación.⁷³ Sin embargo, hay que destacar que las prácticas que se generan en torno a la cultura escrita son esenciales para la definición de una cultura política moderna, ya que las obras reciben al migrar a través del mundo social diferentes sentidos que surgen de las prácticas y facilitan el conocimiento de la sociedad a través de lo escrito, lo editado y lo leído.⁷⁴

Y eso es posible porque la historia del libro permite una indagación más amplia de muchas cuestiones. ¿Cómo hicieron los movimientos intelectuales para difundirse en la sociedad? ¿Hasta dónde les fue posible llegar? ¿De qué forma ese pensamiento logró materializarse en los libros? ¿Cuánta influencia tuvieron la base material de la literatura y la tecnología que los produjo? ¿Cuál era el papel de las editoriales y los vendedores de libros? ¿Cómo se gestaba un proyecto editorial y cómo y con qué recursos se lo llevaba adelante?

Las preguntas se siguen multiplicando, pero este tema fascinante, colocado justo en el cruce de tantos caminos es una opción que ayuda a colocar a los sujetos históricos en el centro de los imaginarios y vehículos que materializan las manifestaciones culturales elaboradas en torno a ellos. Esto contribuye, entre otras cosas, a superar enfoques estáticos resaltando la interacción entre diferentes contextos -geográficos y simbólicos- a la vez que orienta las acciones, aspiraciones y valores de dichos sujetos, transformándolos en interlocutores de diálogos con registros políticos, sociales y culturales con implicaciones que permi-

⁷³ Bourdieu, Pierre, *Intelectuales, política y poder*, Eudeba, Buenos Aires, 1999.

⁷⁴ Valinoti, Beatriz, “Hacia una Historia de la Edición, el Libro y la Lectura. Revisitando conceptos y categorías”, en Parada, Alejandro E. (dir), *Cruces y perspectivas de la cultura escrita en la Argentina*, Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas, Editorial Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires, 2013, pp. 59-88.

ten abordar el hecho cultural en toda su complejidad. Los libros tienen un alto significado simbólico, y en esta nueva sociedad que emergió en Argentina, estos se convirtieron en una herramienta importante para la afirmación de nuevas identidades de aquellos que aspiraban a convertirse en ciudadanos.

Bibliografía

AA.VV, *Revistas: ideias e doutrinas. Leituras do pensamento contemporâneo*, Livros Horizonte, Lisboa, 2003.

Abraham, Carlos, *La Editorial Tor. Medio siglo de libros populares*, Tren en Movimiento, colección Sentidos del Libro, Temperley, 2012.

Auza, Néstor y Trenti Rocamora, José Luis, *Estudio e índice de la colección La Cultura Argentina (1915-1925)*, Sociedad de Estudios bibliográficos argentinos, Serie “Estudios”, Buenos Aires, N° 3, 1997.

Barrancos, Dora, *Educación, cultura y trabajadores (1890-1930)*, CEAL, Buenos Aires, 1991.

Bassy, Alain-Marie, “L’édition en marche”, en Roger Chartier y Henri-Jean Martin (ed.), *Histoire de l’édition française*, vol. 4, *Le livre concurrenté: 1900-1950*, Promodis/Fayard, Paris, 1991, pp. 615-620.

Blomberg, Héctor, *Las puertas de Babel*, con prólogo de Manuel Gálvez, Buenos Aires Cooperativa Editorial limitada, Buenos Aires, 1920.

Bonet i Agustí, Lluís, *Economía y cultura: Una reflexión en clave latinoamericana, investigación realizada para la Oficina para Europa del Banco Interamericano de Desarrollo*, Documento de trabajo, París, 2001.

Bontempo, María Paula, *Editorial Atlántida: un continente de publicaciones, 1918-1936*, Universidad de San Andrés, 2012, (tesis doctoral). Disponible en <http://hdl.handle.net/10908/879>

Boschetti, Anna, “Légitimité littéraire et stratégies éditoriales”, en Roger Chartier y Henri-Jean Martin (ed.), *Histoire de l’édition française*, vol. 4, *Le livre concurrenté: 1900-1950*, Promodis/Fayard, Paris, 1991, pp. 480-527.

Bourdieu, Pierre, “La production de la croyance: contribution à une économie des biens symboliques”, en *Actes de la Recherche en Sciences Sociales* 13, 1977, pp. 3-43.

Bourdieu, Pierre, *Intelectuales, política y poder*, Eudeba, Buenos Aires, 1999.

Buonocore, Domingo, *Libreros, editores e impresores de Buenos Aires*, Bowker, Buenos Aires, 1974.

Caetano, Gerardo, “Ciudadanía y nación en el Uruguay del Centenario (1910-1930). La forja de una cultura estatista” en *Iberoamericana* (2001-), Nueva época, Año 10, N° 39, 2010, pp. 161-175.

Cavallo, Guglielmo y Chartier, Roger (ed.), *Historia de la lectura en el mundo occidental*, Taurus, Madrid, 2001.

Chartier, Anne-Marie y Hébrard, Jean, *Discursos sobre la lectura*, Gedisa, Barcelona, 1994.

Chartier, Roger, *El orden de los libros*, Gedisa, España, 2005.

Coser, Lewis et al, *Books: the culture and commerce of publishing*, Basic Books, New York, 1992.

Costa, María Eugenia, “De la imprenta al lector. Reseña histórica de la edición de libros y publicaciones periódicas en Buenos Aires (1810-1900)”, *Question*, Año 11, N° 23, La Plata, UNLP, 2009. Publicación electrónica disponible en <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/issue/view/34> .

Darío, Rubén, *Escritos dispersos de Rubén Darío*, Universidad Nacional de La Plata, La Plata, 1968.

Darnton, Robert, *El negocio de la Ilustración: historia editorial de la “Encyclopédie”, 1775-1800*, Fondo de Cultura Económica, México, 2006, pp. 1-5.

Dèbord, Guy, *La Société du Spectacle*, Gallimard, Paris, 1992 [primera edición de 1967].

de Diego, José Luis, “Políticas editoriales y políticas de lectura”, en *Anales de la educación común*, Tercer siglo, año 3, N° 6, Educación y lenguajes, 2007, pp. 38-44.

De La Rosa, María Fernanda, “Entre la militancia y los proyectos editoriales. La labor de Diego Abad de Santillán dentro del anarquismo argentino, 1920-1930”, en *IV Jornadas de Historia de las Izquierdas. Actas Mesa 8: “Prensa política, revistas culturales y emprendimientos editoriales de las izquierdas latinoamericanas”*, Centro de Documentación e Investigación de la Cultura de Izquierdas en la Argentina, 2007. Disponible en: <http://www.cedinci.org/jornadas/4/M8.pdf>

de Sagastizábal, Leandro, *La edición de libros en la Argentina. Una empresa de cultura*, Eudeba, Buenos Aires, 1995.

Degiovanni, Fernando, *Los textos de la patria. Nacionalismo, políticas y canon en la Argentina*, Beatriz Viterbo, Rosario, 2007.

Delgado, Verónica y Esposito, Fabio, “La emergencia del editor moderno”, en de Diego, José Luis (dir.), *Editores y políticas editoriales en Argentina (1880-2000)*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires/México, 2006, pp. 59-90.

Espósito, Fabio, *La Emergencia de la novela en la Argentina (1880-1890)*, Ediciones Al Margen, La Plata, 2009.

Eujenán, Alejandro, “La cultura: público, autores y editores”, en Bonaudo, Marta (dir.), *Nueva Historia Argentina. Tomo IV Liberalismo, estado y orden burgués (1852-1880)*, Sudamericana, Buenos Aires, 1999, pp. 545-605.

Ford, Aníbal y Rivera, Jorge, “Los medios masivos de comunicación en la Argentina”, en Ford, Aníbal, Rivera, Jorge y Romano, Eduardo, *Medios de comunicación y cultura popular*, Legasa, Buenos Aires, 1990.

Gaffre. L. A., “El amo del mundo” en *La Gaceta de Buenos Aires. Edición de la tarde*, 26 de septiembre de 1910, p. 1.

Gálvez, Manuel, *Recuerdos de la vida literaria (II). Entre la novela y la historia. En el mundo de los seres reales*, Taurus, Buenos Aires, 2003.

García, Eustacio Antonio, *Desarrollo de la industria editorial argentina*, Fundación Interamericana de Bibliotecología Franklin, Buenos Aires, 1965.

Getino, Octavio, “Economía y políticas para las industrias culturales en el MERCOSUR”, en *Aportes: para el Estado y la Administración Gubernamental*, Año 12, N° 23, 2011, pp. 137-154.

González, Lidia et al., “La Editorial Estrada”, en *Montserrat, Barrio fundacional de Buenos Aires*, Cuaderno N° 7, Dirección General Patrimonio e Instituto Histórico, Buenos Aires, 2012.

Gramuglio, María Teresa, “Momentos del ensayo de interpretación nacional, 1910-1930”, en *Boletín del Centro de Estudios de Teoría y crítica literaria*, Rosario, N° 10, 2002.

Gutiérrez, Leandro H. y Romero, Luis Alberto, *Sectores populares, cultura y política*, Sudamericana, Buenos Aires, 1995.

Halperín Donghi, Tulio, *Vida y muerte de la República verdadera (1910-1930)*, Ariel, Buenos Aires, 1999.

Hermida, Carola, “Tres introducciones”, en *Estudios de Teoría Literaria*, Año 2, N° 4, 2013, pp. 223-234.

Horkheimer, Max y Adorno, Theodor, “La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas”, en Horkheimer, Max y Adorno, Theodor, *Dialéctica del iluminismo*, Sudamericana, Buenos Aires, 1988, [primera edición de 1944].

Huet Armel *et al*, *Capitalisme et Industries culturelles*, PUG, Grenoble, 1978.

Lacy, Dan, “The economics of publishing, or Adam Smith and literature”, en *Daedalus* 92 (1), 1963, pp. 30-51.

Laera, Alejandra, *El tiempo vacío de la ficción. Las novelas argentinas de Eduardo Gutiérrez y Eugenio Cambaceres*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2004.

Lago Carballo, Antonio y Gómez-Villegas, Nicanor, *Un viaje de ida y vuelta: la edición española e iberoamericano (1936-1975)*, Siruela, España, 2006.

Lobato, Mirta, *La Prensa Obrera. Buenos Aires y Montevideo 1890-1958*, Edhasa, Buenos Aires, 2009.

Macdonald, Dwight, “Masscult y Midcult”, en AA.VV., *La industria de la cultura*, Alberto Corazón, Madrid, 1969.

Manguel, Alberto, *Una Historia de la Lectura*, Alianza Editorial, Madrid, 1998.

Marcuse, Herbert, *El hombre unidimensional*, Seix Barral, Barcelona, 1968.

Martín-Barbero, Jesús, *De los Medios a las Mediaciones*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1987.

Mattelart, Armand, *Historia de las teorías de la comunicación*, Paidós, Barcelona, 1997.

Mattelart, Armand y Piemme, Jean-Marie, “Las industrias culturales: génesis de una idea”, en AA.VV., *Las industrias culturales: el futuro de la cultura en juego*, Fondo de Cultura Económica, México, 1982.

Merbilháa, Margarita, “1900-1919. La época de la organización del espacio editorial”, en de Diego, José Luis, *Editores y políticas editoriales en Argentina, 1880-2000*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2006.

Miège, Bernard. “Postface” en Huet, Armel et al, *Capitalisme et Industries culturelles*, PUG, Grenoble, 2^e édition revue et augmentée, pp. 199-213, 2004.

Moeglin, Pierre, “Une théorie pour penser les industries culturelles et informationnelles?” en *Revue française des sciences de l’information et de la communication*, 1, 2012, disponible en http://rfsic.revues.org/130_

Moeglin, Pierre, “Industries culturelles et médiatiques: propositions pour une approche historiographique”, en *Société française des sciences de l’information et de la communication*, 2008, disponible en http://observatoire-omic.org/pdf/Moeglin_industries_culturelles_mediatiqes_approche_historiographique.pdf

Mollier, Jean-Yves, “L’évolution du système éditorial français depuis l’*Encyclopédie* de Diderot”, en Mollier, Jean-Yves (ed.), *Où va le livre?*, La Dispute, Paris, 2000, pp. 19-33.

Morin, Edgar, *El espíritu del tiempo. Ensayo sobre la cultura de masas*, Taurus, Madrid, 1965.

Muñoz, Marisa Alejandra, “José Ingenieros y ‘La historia de una biblioteca’”, *Anuario de Filosofía Argentina y Americana*, N° 15, Cuyo, 1998, pp. 203-213.

Muzio, Gabriele, “Globalization as the stage of perfection of the modern paradigm. A possible strategy to survive the coherence of the process”, en *Seminario Internacional A construção Democrática em questão*, São Paulo, 1997.

Pastormerlo, Sergio, “1880-1899. El surgimiento de un mercado editorial”, en de Diego, José Luis, *Editores y políticas editoriales en Argentina, 1880-2000*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2006, pp. 1-28.

Peña Lillo, Arturo, *Los encantadores de serpientes (mundo y submundo del libro)*, Arturo Peña Lillo Editor, Buenos Aires, 1965.

Prieto, Adolfo, *El discurso criollista en la formación de la Argentina moderna*, Sudamericana, Buenos Aires, 1988.

Quesada, Ernesto, “El movimiento intelectual. Revistas y periódicos”, *Nueva Revista de Buenos Aires*, 1882.

Rama, Ángel, *La ciudad letrada*, Ediciones del Norte, Hanover, 1984.

Ramos, Julio, *Desencuentros de la Modernidad en América Latina. Literatura y política en el siglo XIX*, Fondo de Cultura Económica, México, 2003.

Rivera, Jorge, *Colección capítulo 56. Historia de la literatura argentina. La forja del escritor profesional (1900-1930), Los escritores y los nuevos medios masivos (I)*, CEAL, Buenos Aires, 1985.

Rivera, Jorge, *Colección capítulo 57. Historia de la literatura argentina. La forja del escritor profesional (1900-1930), Los escritores y los nuevos medios masivos (II)*, CEAL, Buenos Aires, 1985.

Rojas, Ricardo, *La restauración nacionalista de Ricardo Rojas: presentación Darío Pulfer / Ricardo Rojas; comentado por Darío Pulfer*. - 1a ed., UNIPE, Editorial Universitaria, La Plata, 2010.

Rogers, Geraldine, *Caras y Caretas: cultura, política y espectáculo en los inicios del siglo XX argentino*, Universidad Nacional de La Plata, La Plata, 2008.

Romero, Luis Alberto, “Buenos Aires en la entreguerra: libros baratos y cultura de los sectores populares”, en Armus, Diego (comp.), *Mundo urbano y cultura popular. Estudios de historia social argentina*, Sudamericana, Buenos Aires, 1990, pp. 40-67.

Sarlo, Beatriz, *El imperio de los sentimientos. Narraciones de circulación periodística en la Argentina (1917-1925)*, Catálogos, Buenos Aires, 1985.

Severino, Jorge Enrique, “Biblioteca de *La Nación* (1901-1920). Los anaqueles del pueblo”, en *Boletín de la Sociedad de Estudios Bibliográficos Argentinos*, N° 1, 1996.

Shils, Edward, “La sociedad de masas y su cultura”, en AA.VV. *Industria cultural y sociedad de masas*, Monte Ávila, Caracas, 1974.

Sorá, Gustavo, “El libro y la edición en Argentina. Libros para todos y modelo hispanoamericano”, en *Políticas de la memoria*, N° 10/11/12, *Anuario de Investigación del CeDInCI*, 2011/12, pp. 125-143.

Sunkel, Guillermo, “Una mirada otra. La cultura desde el consumo”, en Mato, Daniel (coord.), *Estudios y Otras Prácticas Intelectuales Latinoamericanas en Cultura y Poder*, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO) y CEAP, FACES, Universidad Central de Venezuela, Caracas, 2002.

Sunkel, Guillermo (coord.), *El Consumo Cultural en América Latina*, Convenio Andrés Bello, Colombia, 1999.

Tarcus, Horacio, *Mariátegui en la Argentina o las políticas culturales de Samuel Glusberg*, El Cielo por Asalto, Buenos Aires, 2002.

Tarcus, Horacio, “Samuel Glusberg, entre Mariátegui y Trotsky”, en *El Rodaballo*, segunda parte, año 3, N° 5, verano de 1996/97, pp. 34-40.

Valinoti, Beatriz, “Hacia una Historia de la Edición, el Libro y la Lectura. Revisitando conceptos y categorías”, en Parada, Alejandro E. (dir), *Cruces y perspectivas de la cultura escrita en la Argentina*, Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas, Editorial Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2013, pp. 59-88.

Villar, Jorge, *Las edades del libro. Una crónica de la edición mundial*, Debate, Madrid, 2002.

Viñas, Daniel, *Literatura argentina y realidad política*, Jorge Álvarez Editor, Buenos Aires, 1964.

Williams, Raymond, *Cultura. Sociología de la comunicación y del arte*, Paidós, Barcelona, 1981.

Williams, Raymond, *La larga revolución*, Nueva Visión, Buenos Aires, 2003.

Williams, Raymond, *La política del modernismo*, Manantial, Buenos Aires, 1997.

Zallo, Ramón, *El mercado de la cultura: estructura económica y política de la comunicación*, Tercera Prensa, Donostia, Gipuzkoa, 1992.

Zallo, Ramón, *Economía de la cultura*, Akal, Madrid, 1988.