

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

El Primer Congreso de Editores e Impresores Argentinos (1938)

Alejandra Giuliani
(FFyL-UBA)

Resumen

El artículo estudia el Primer Congreso de Editores e Impresores Argentinos (CEIA), de 1938, y se detiene en sus protagonistas, sus objetivos, las problemáticas que trataron durante sus jornadas y sus resoluciones. Presta especial atención en quiénes fueron los congresales, dado que el CEIA se realizó en un año que fue punto de inflexión en la composición del conjunto de las editoriales que operaban en la Argentina, pero meses antes de la creación de las principales casas de “libro literario” de la “edad de oro”. El artículo reflexiona entonces sobre la complejidad del campo editorial que inició esa época y de cómo se manifestó en el CEIA. Luego, vincula los sujetos con los propósitos que manifestaron, con la hipótesis de que lejos de pretender solo abordar problemáticas coyunturales, buscaban consenso entre sus colegas para institucionalizar sus demandas y aspiraciones en la formación de una asociación empresarial. El artículo detalla cómo entre sus principales proyectos estaba la difusión de libros, sobre todo en el espacio latinoamericano y, en igual plano de importancia, poder constituirse en interlocutor colectivo ante los organismos estatales.

Palabras clave

Editores, asociacionismo, edición de libros.

The First Congress of Editores e Impresores Argentinos (1938)

Summary

The article studies the First Congress of Editores e Impresores Argentinos (CEIA), 1938, and stops in its protagonists, its objectives, the problems they treated during their journeys and their resolutions. It pays

special attention to who the congressional since the CEIA was made in a year that was a turning point in the composition of the publishers operating in Argentina, but months before the creation of the main houses of “literary book” of the “golden age”. The article then reflects on the complexity of the publishing field that started that time and how they manifest in the CEIA. Then the subjects linked with the purposes stated, with the hypothesis that far from addressing only short-term problems, it sought consensus among his colleagues to institutionalize their demands and aspirations in the formation of a business association. The article details how between its main projects was the promotion of books, especially in the Latin American space and in the same plane of importance, to become the collective interlocutor with government agencies.

Keywords

Publishers, corporate bonds, book publishing.

Introducción

Una serie de testimonios y de estudios fueron paulatinamente delimitando con el nombre de “edad de oro” a la época en que la actividad editorial argentina alcanzó su mayor prosperidad.¹ Una caracterización consensuada es que se trató de un período de relevante crecimiento tanto de la producción local de libros como de sus exportaciones. El período se extendió desde, al menos, 1936/1937 hasta 1953/1956, y entre esos años se produjo un nuevo entrelazamiento de redes comerciales y editoriales en

¹ Los primeros trabajos son los de Eustasio García y de Raúl Bottaro: García, Eustasio, *Desarrollo de la industria editorial argentina*, Buenos Aires, Fundación Interamericana de Bibliotecología Franklin, 1965. Bottaro, Raúl, *La edición de libros en Argentina*, Troquel, Buenos Aires, 1964. Luego, fueron fundamentales los aportes de Leandro de Sagastizábal, Jorge Rivera y José Luis de Diego: de Sagastizábal, Leandro, *La edición de libros en la Argentina. Una empresa de cultura*, Eudeba, Buenos Aires, 1995; Rivera, Jorge, *El escritor y la industria cultural*, Atuel, Buenos Aires, 1998; de Diego, José Luis (dir.), *Editores y políticas editoriales en Argentina, 1880-2000*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2006.

Hispanoamérica, con centro en Buenos Aires. Además, es muy probable que otro componente del período haya sido el ensanchamiento simultáneo del mercado interno.²

En la “edad de oro” del libro argentino diversas editoriales desplegaron agresivas políticas de expansión hacia el mercado latinoamericano. Esas estrategias, particulares de cada empresa, fueron complementadas por el trabajo colectivo llevado adelante por un conjunto relevante de editores que operaban en Argentina. Un paso inicial fue el Primer Congreso de Editores e Impresores Argentinos (CEIA), de 1938. Y a partir de allí, se continuaron en el asociacionismo empresarial plasmado con la creación de la Sociedad de Editores Argentinos (SEA), poco después llamada Cámara Argentina del Libro (CAL).

Las Actas de sesiones del Consejo Directivo (CD) de la CAL se inician con una sección titulada “Para la Historia”. Allí se establece que el origen de la entidad fue el CEIA, llevado a cabo en Buenos Aires, los días 28, 29 y 30 de junio de 1938.³ También se expresa allí que todos sus participantes fueron declarados Socios Fundadores de la nueva asociación.⁴

El artículo estudia el CEIA deteniéndose en sus protagonistas, sus objetivos, las problemáticas que trataron durante sus jornadas y sus resoluciones. Presta especial atención en quiénes fueron los congresales, dado que el CEIA se realizó en un año que fue punto de inflexión en la composición del conjunto de las editoriales que operaban en la Argentina, pero

² Aunque no se disponen de datos cuantitativos, hay referencias en diversas fuentes y trabajos que escapan al alcance de éste. Un estado de la cuestión sobre la “edad de oro” del libro argentino en Giuliani, Alejandra, *La edición de libros y el peronismo (1943-1955)*, Tesis de Doctorado, 2015, inédita.

³ Libro de Actas de Sesiones del Consejo Directivo de la CAL (en adelante CAL-Actas CD), Libro I, [s.f.], p. 1. Según las fuentes, hay divergencias en cuanto al lugar en el que se desarrolló el CEIA. Los documentos de la CAL afirman que los participantes “se reunieron en un salón gentilmente cedido por la Administración de *La Prensa*” (CAL-Actas CD, Libro I, p. 1). Por su parte, *La Prensa*, que informó el día a día del Congreso, afirma, al menos respecto a la sesión plenaria inaugural, que se realizó en el local de la Cámara Argentina de Comercio” (*La Prensa*, miércoles 29 de Junio de 1938, p. 10). El número inicial de *Biblos*, publicación oficial de la CAL, reprodujo esta información, en el año 1941. También, se ha referido al CEIA Leandro de Sagastizábal en la obra ya citada.

⁴ CAL-Actas CD, Libro I, septiembre de 1938, p. 39.

meses antes de la creación de las principales casas de “libro literario” de la “edad de oro”. El artículo busca reflexionar entonces sobre la complejidad del campo editorial que inició esa época y de cómo se manifestó en el CEIA. Luego, vincula los sujetos con los propósitos que manifestaron, con la hipótesis de que lejos de pretender solo abordar problemáticas coyunturales, buscaban consenso entre sus colegas para institucionalizar sus demandas y aspiraciones en la formación de una asociación empresarial. Asimismo el artículo detalla cómo entre sus principales proyectos estaba la difusión de libros, sobre todo en el espacio latinoamericano, y, en igual plano de importancia, poder constituirse en interlocutor colectivo ante los organismos estatales.

Los protagonistas del espacio editorial en el CEIA

La convocatoria al CEIA surgió de un grupo de empresarios reunidos formalmente en noviembre de 1937.⁵ Ellos eran Félix Real Torralba, de Editorial Atlántida; Antonio Zamora, director general de la Cooperativa Editorial Claridad; Enrique Pérez, de Espasa Calpe; Juan Vernengo, de Editorial Sopena; Julio Porter, de Porter Hermanos; Fernando Seminario, de Bernabé y Cía. (ex Librería La Facultad); Carlos Reyles (h.), de Editorial Sur, y D. W. Klug, de Editorial Pan América.⁶

En la reunión inicial, acordaron constituirse en “Comisión Provisoria Pro Congreso de Editores”. La convocatoria era más amplia, dado que asignaron cargos a empresarios que no habían concurrido. Así, en la comisión organizadora también quedaron incluidos Jesús Menéndez,⁷ Pedro García (propietario de El Ateneo), Santiago Glusberg (de Grandes

⁵ La reunión quedó registrada en “Actas de la Comisión Provisoria”. CAL-Actas CD, Libro I, pp. 7 y 8.

⁶ CAL-Actas CD, Libro I, p. 7. Es de notar la intención manifiesta de que quienes se reunían no lo hacían a título personal, sino representando empresas y, sumado al hecho de dejar una memoria escrita de lo allí sucedido, marcan la intención de institucionalizar el encuentro.

⁷ Prestigioso y entonces ya anciano librero-editor, a quien se lo designó Presidente Honorario. En Buonocore, Domingo, *Libreros, editores e impresores de Buenos Aires. Esbozo para una historia del libro argentino*, Bowker Editores, Buenos Aires, 1974, pp. 217 y 218.

Librerías Anaconda), Valerio Abeledo y un representante de Cabaut y Cía. —ex Librería del Colegio—. ⁸ Luego, al final de las jornadas del CEIA, cincuenta y dos empresas firmaron su participación como congresales. ⁹

Los participantes del CEIA, tal como figuran en las Actas del CD de la CAL, fueron:

“Editoriales: Atlántida, Sopena, Haynes, Publicaciones Simultáneas, Pan América, Laynez, Sur, Tor, Viva Cien Años, Revista Telegráfica, Labor S.A., Caras y Caretas S.A., Revista de Arquitectura, Bell, Claridad Empresa Editorial, Revista Hobby, Revista C.A.C.Y.A, Mecánica y Ciencia y El Campo.

Librerías Editoras: Pedro García, Jesús Menéndez, Cabaut y Cía., Ángel Estrada y Cía., Calixto J. Perlado, F. Crespillo, Maucci Hnos. y Cía., Librería Atlántida, Bernabé y Cía., J. L. Rosso, Guillermo Kraft Ltda., Casa Jacobo Peuser S.A., J. Lajouane y Cía., V. B. Kier, Librerías Anaconda, Kapelusz y Cía., Moly y Laserre, Poblet Hnos., Valerio Abeledo, Joaquín Torres, M. Rodríguez Giles, Editores de Hugo Wast, Espasa Calpe Argentina, Joaquín Gil, Sindicato Exportador del Libro Español, y Palacio del Libro.

Talleres Gráficos: Cía. General Fabril Financiera, López y Cía., Porter Hnos., F.M. Mercatali, M. Lagalís, Gasparini y Pederesen, L. Tripaglia”. ¹⁰

Se trató de un conjunto heterogéneo de empresas, propio de la complejidad del campo editorial de la Argentina en los inicios de la “edad de oro”. Uno de los rasgos de esa complejidad reside en que el año 1938 es un punto de inflexión en la composición del conjunto de editoriales locales. En ese año se fundaron Losada y Sudamericana y al año siguiente, Emecé, las principales casas de “libro literario” que lideraron la gran expansión. ¹¹ Pero el CEIA se realizó meses antes de la creación de esas empresas.

⁸ CAL-Actas CD, Libro I [s.f.], pp. 7 y 8.

⁹ CAL-Actas CD, Libro I [s.f.], pp. 1 y 2.

¹⁰ CAL-Actas CD, Libro I [s.f.], pp. 1 y 2.

¹¹ de Diego, José Luis, *La otra cara de Jano. Una mirada crítica sobre el libro y la edición*, Ampersand, Buenos Aires, 2015, p. 134.

Quienes dirigieron el CEIA fueron empresarios cuyas casas habían protagonizado el previo proceso de consolidación del “editor moderno”.¹² Se trataba de quienes habían desarrollado, desde los años veinte, políticas de libro de calidad a bajos precios, mediando entre la alta cultura y la cultura popular.¹³ Algunos de ellos eran los editores que habían desplegado también desde esa década, las políticas que consolidaron el libro de autor argentino.¹⁴ En efecto, entre los dirigentes del CEIA se destacaron, incluso desde su participación en la Comisión Organizadora, Antonio Zamora, Director de Claridad¹⁵ y Félix Real Torralba, directivo de Atlántida.¹⁶ A

¹² Es decir, se trataba de empresarios que ya articulaban a todos los actores y tareas del proceso de los libros, que formulaban y dirigían sus propios proyectos editoriales y dejaban atrás la lógica de la librería y de la imprenta. Y que asumían la inversión financiera y los riesgos económicos y culturales que ello implicaba. Sobre el “editor moderno”: Chartier, Roger, *Libros, lecturas y lectores en la Edad Moderna*, Alianza, Madrid, 1993, pp. 30-31.

¹³ Delgado, Verónica y Espósito, Fabio, “1920-1937. La emergencia del editor moderno”, en de Diego, José Luis (dir.), op. cit., pp. 59-89, p. 59.

¹⁴ Sobre este tópico, el reciente trabajo de José Luis de Diego: “La otra cara de Jano...” op. cit, pp. 122-131.

¹⁵ Con tiradas de miles de ejemplares, de materialidad rústica, muy baratos, en los kioscos, Claridad fue captando lectores de diarios, folletines y magazines populares, e integrándolos hacia el circuito formal del libro. Según Juliana Cedro, hacia 1938 Claridad se encontraba en la cúspide de su expansión, aunque en el punto de inflexión hacia su rápido declive, en Cedro, Juliana, “El negocio de la edición. Claridad 1922-1937”, en *Actas del Primer Coloquio Argentino de Estudios sobre el Libro y la Edición*, Universidad Nacional de La Plata, 2012 [en línea]. Dirección URL: <<http://coloquiolibroyedicion.fahce.unlp.edu.ar/actas>> [Consulta: 3 de febrero de 2015]. Leandro de Sagastizábal afirma que, antes de la “edad de oro”, Zamora logró trazar “una fluida red comercial para que sus libros llegaran a toda América”, en de Sagastizábal, Leandro, op. cit., pp. 73 y 74.

¹⁶ María Paula Bontempo encuentra que, hacia 1936, la editorial ya era un modelo para otras. Su prestigio se basaba tanto en el éxito de ventas de sus publicaciones como en la forma en que era gestionada la empresa. Se expandía desplegando todos los recursos disponibles en la época: la publicidad, la maquinaria, y la contratación de agencias de noticias y de seguros. Incluso, desde la década de 1920, la práctica de realizar convenios con representantes en el exterior para que sus libros y revistas

ellos se sumó, durante las jornadas del CEIA, Juan Carlos Torrendell, propietario de Tor.¹⁷

En el conjunto de los congresales, confluyeron empresas con trayectorias muy disímiles tanto por su origen como por la diversidad de sus productos. Algunos congresales de 1938 eran directivos de editoriales de muy antigua trayectoria, productoras, además de libros, de una amplia variedad de impresos, tales como Peuser¹⁸ y Kraft.¹⁹ Junto a ellos, represen-

podieran comercializarse en toda América y España. En Bontempo, María Paula, “Editorial Atlántida. Un continente de publicaciones, 1918-1936”, Tesis de Doctorado en Historia, Universidad de San Andrés, 2013, p. 353, [en línea]. Dirección URL: <<http://hdl.handle.net/10908/879>> [Consulta 16 de marzo de 2014].

¹⁷ Según Carlos Abraham, hacia 1938, Tor estaba en su apogeo, que se prolongó en la década de 1940. Creada en 1916, pronto instaló sus propios talleres gráficos y, en los años treinta, adquirió dos máquinas rotativas, que le permitieron hacer tiradas masivas. A partir de ese momento, sus planes editoriales estuvieron regidos por lógicas industriales y económicas. Desde inicios de los años treinta, Tor basaba buena parte de sus ganancias en el mercado externo, al que destinaba aproximadamente el setenta por ciento de su tirada. Esa gran expansión comercial se basaba, por un lado, en la exigencia de las máquinas rotativas de realizar tiradas de por lo menos cinco mil ejemplares para que rindieran los costos. Por otro, en la eficiente red de distribución que creó Torrendell, con la contratación de viajantes que promocionaban libros y revistas de Tor en las librerías de las capitales latinoamericanas. En Abraham, Carlos, *La Editorial Tor. Medio siglo de libros populares*, Tren en Movimiento, Temperley, 2012.

¹⁸ A partir de una librería-imprensa abierta en 1867, se expandió a papelería institucional y comercial, luego publicó la conocida Guía Peuser y el Almanaque anual. Peuser importó la primera máquina linotipo a fines de siglo XIX para sus talleres gráficos, de los de mayor envergadura en Buenos Aires en tiempos del CEI. La empresa realizó una continua estrategia de expansión hacia el interior del país instalando librerías sucursales en las provincias. A la par, tempranamente emprendió la edición de libros literarios, como la Colección Cosmopolita, en 1884. Sobre Peuser: Buonocore, Domingo, op. cit., pp. 60 y 61; Pastormerlo, Sergio, “1880-1899. El surgimiento de un mercado editorial”, en de Diego, José Luis (dir.), *Editores y políticas editoriales en Argentina, 1880-2000*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2006, p. 16 y Bil, Damián, *Descalificados. Proceso de trabajo y clase obrera en la rama gráfica (1890-1940)*, Ediciones RyR, Buenos Aires, 2007, p. 30.

¹⁹ María Eugenia Costa señala que “Litografía, Imprenta y Encuadernación Guillermo Kraft” empleaba alrededor de mil quinientos obreros hacia fines de la década de

tantes de tradicionales librerías —editoras e importadoras—, y referentes de libros de educación. Entre las más importantes, Casa Estrada,²⁰ Librería La Facultad y Kapelusz.²¹

La complejidad alcanzada por el espacio editorial local durante la década de 1930 también se manifestaba en la presencia de casas especializadas en géneros editoriales, tanto de libro educativo (entre ellas Kapelusz) como empresas de libro técnico, tales como Hobby —que además editaba revistas— y Valerio Abeledo, especializada en el libro jurídico,²² además de las editoriales del “libro católico”, como Moly y Laserre. A ellas se sumó Kier, que había sido fundada en el año 1907.²³

1930 y que uno de los pilares de su dinamismo era su continua actualización tecnológica. Kraft elaboraba todo tipo de impresos, entre los que se destacaba el “libro ilustrado”. Costa enumera la amplísima variedad de productos de Kraft: “materiales cartográficos, papeles moneda e instrumentos crediticios, estampillas postales, libretas de enrolamiento, billetes de lotería, facsímiles de documentos, periódicos, revistas y publicaciones institucionales, guías o anuarios y diccionarios biográficos, tarjetas de visita y postales, álbumes litográficos y fotográficos, carpetas artísticas, además de una variedad de libros”, en Costa, María Eugenia, “Tradición e innovación en el programa gráfico de la editorial Guillermo Kraft: Colecciones de libros ilustrados (1940-59)”, en *Actas del Primer Coloquio Argentino de Estudios sobre el Libro y la Edición*, Universidad Nacional de La Plata, 2012 [en línea]. Dirección URL: <<http://coloquiolibroyedicion.fahce.unlp.edu.ar/actas>> [Consulta: 21 de junio de 2013], pp. 98-99. Marcela Gené destaca que, al igual que Peuser, Kraft fue luego una de las principales empresas proveedora del Estado peronista, en Gené, Marcela, *Un Mundo Feliz. Imágenes de los trabajadores en el primer peronismo 1946-1955*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2005, p. 39.

²⁰ Fundada en 1869 por Ángel de Estrada, amigo personal del Presidente Sarmiento, fue una casa importadora de textos educativos y desde la década de 1870 una de las primeras editoras locales de libros de textos. Además, desde fines de siglo XIX, Estrada fabricaba e importaba todo tipo de instrumentos educativos y representaba firmas europeas de maquinarias gráficas. En Buonocore, Domingo, op. cit., pp. 61 y 62, y en García, Eustasio, op. cit., p. 47.

²¹ Sobre Kapelusz: García, Eustasio, *Ibidem*, p. 51 y Buonocore, Domingo, op. cit., pp. 243 y 244.

²² Sobre Valerio Abeledo: García, Eustasio, *Ibidem*, p. 53 y Buonocore, Domingo, *Ibidem*, p. 222.

²³ Según José Antonio Pibernus, su propietario desde el año 1926: “La Editorial Kier se remite exclusivamente a la publicación de libros de filosofía hindú, reli-

También en el CEIA se destaca la participación de empresas españolas, cuya presencia local era resultado de una expansión previa de la edición peninsular hacia Latinoamérica, una progresiva internacionalización del libro español, que se había iniciado levemente a comienzos del siglo XX y se intensificó luego de la Primera Guerra Mundial,²⁴ entre ellas Labor, Joaquín Torres, Espasa Calpe Argentina, Joaquín Gil y Sindicato Exportador del Libro Español. Esa creciente presencia fue provocada tanto por estrategias de empresas editoriales privadas españolas como por políticas económicas del Estado español de fomento editorial. Se trató de políticas comerciales y culturales que fueron tejiendo complejas relaciones institucionales y personales de libreros, comisionistas, editores, escritores, periodistas, hombres de negocios y políticos españoles y americanos.²⁵ En el contexto de esas políticas, Buenos Aires actuaba a la vez como mercado de ventas y como centro reexportador de libros españoles hacia ciudades de otros países latinoamericanos.²⁶ Algunos de los viajeros pioneros en abrir mercados latinoamericanos para las editoriales españolas fueron Julián Urgoiti, Joaquín de Oteiza y Manuel Aguilar.²⁷

giones comparadas, obras de divulgación médica, astronomía, astrología, masonería y psicología”, en *Gaceta del Libro* N°15, mayo 1946, p. 35.

²⁴ Espósito, Fabio, “Los editores españoles en Argentina: antecedentes de un desembarco. Redes comerciales, políticas y culturales entre España y Argentina (1892-1938)”, pp. 518-522, en Altamirano, Carlos (dir.), *Entre cultura y política: historia de los intelectuales en América Latina*, Katz, Buenos Aires, 2010, pp. 515-526. Por su parte, Fernando Larraz sostiene que el breve período 1933-1936 fue de intensa penetración de las casas españolas en América. En Larraz, Fernando, *Una historia transatlántica del libro. Relaciones editoriales entre España y América latina (1936-1950)*, Ediciones Trea, Gijón, 2010, pp. 22-28.

²⁵ Espósito, Fabio, op. cit., pp. 518 y 519.

²⁶ Martínez Rus, Ana, *La política del libro sobre la Segunda República: Socialización de la lectura*, Universidad Complutense de Madrid, 2001, [en línea], Dirección URL: <<http://biblioteca.ucm.es/tesis/ghi/ucm-t25567.pdf>> [Consulta 25 de febrero de 2015]; en Espósito, Fabio, “Seix Barral y el boom de la nueva narrativa hispanoamericana: las mediaciones culturales de la edición española”, en *Orbis Tertius, Revista de teoría y crítica literaria*, XIV, 2009, pp. 23-32 [en línea] Dirección URL: <<http://www.fuentesmemoria.fahce.unlp.edu.ar>> [Consulta: 21 de Abril de 2012] y en Larraz, Fernando, op. cit.

²⁷ Antonio Sempere, directivo de Aguilar, activó el asociacionismo empresarial desde la Cámara Española de Comercio de la República Argentina. Igualmente la

Algunas de las empresas españolas, cuando se realizó el CEIA, eran recientes empresas societarias registradas en Argentina. Ello era producto de una estrategia de las propias casas matrices peninsulares para separar y dejar al resguardo su patrimonio. Es el caso de Labor, que en 1937 fundó Labor Argentina, de Espasa Calpe²⁸ y de Juventud, de Joaquín Torres.

En el conjunto reunido en el CEIA, se encontraban también casas editoras especializadas en publicaciones periódicas, entre las que se destacaban *Caras y Caretas*,²⁹ Hobby y Haynes. La edición de revistas estaba ampliamente consolidada en el espacio editorial argentino de la época.³⁰

empresa se asoció a la CAL. En Cámara Española de Comercio de la República Argentina, *Historia de la Cámara Española de Comercio de la República Argentina*, Buenos Aires, 1998 y *CAL-Memoria y Balance*, Ejercicio 1947-1948, p. 56.

²⁸ Fernando Larraz señala que Espasa Calpe era uno de los “poderosos engranajes empresariales [españoles] que controlaban la producción, distribución, propaganda y venta del libro, ya que poseían simultáneamente imprentas, distribuidoras y librerías, además de editoriales”. Sus encargados en Buenos Aires, hasta 1937, eran Julián Urgoiti y Gonzalo Losada, quien había llegado a la Argentina en 1928 para hacerse cargo de la empresa. A partir de ese año, la “Delegación Buenos Aires” formalmente pasó a ser una empresa independiente. Ese año los directivos españoles enviaron a hacerse cargo de la empresa en la Argentina a Manuel Olarra. A causa de esta decisión y de la política editorial que emprendió Olarra en 1938 se fueron de la empresa Losada y Urgoiti. El primero fundó su propia editorial en agosto de 1938, y Urgoiti pasó a trabajar en Sudamericana, junto a Antonio López Llausás. En Larraz, Fernando, op. cit., p. 28. La empresa, además de editar en Argentina sostuvo claros intereses importadores. Según Rafael Olarra Jiménez, a partir de la recuperación de la edición española tras la Guerra Civil, los talleres de Madrid y Barcelona de Espasa Calpe enviaban sus libros a Buenos Aires, y a mediados de los años cuarenta, aproximadamente del total de ventas de Espasa Calpe Argentina el 61 % lo constituían las ediciones argentinas y el 39 % obras recibidas de Madrid. En Olarra Jiménez, Rafael, *Espasa Calpe. Manuel Olarra, un editor con vocación hispanoamericana*, Dunken, Buenos Aires, 2003, p. 50.

²⁹ Roger, Geraldine, *Caras y Caretas. Cultura, política y espectáculo en los inicios del siglo XX argentino*, Ediciones de la Universidad de La Plata (EDULP), La Plata, 2008 [en línea]. Dirección URL: <<http://www.orbistertius.unlp.edu.ar/article/viewFile/OTv15n16r13/4994>> [Consulta 8 de febrero de 2015].

³⁰ En Eujanian, Alejandro, *Historia de Revistas Argentina 1900-1950. La conquista del público*, Asociación Argentina de Editores de Revistas, Buenos Aires, 1990. Especialmente su Capítulo 4, pp. 127-164. En el caso de estas empresas se

En el análisis del mundo de la producción de impresos de la época en estudio surge la pregunta de hasta qué punto la “edición de libros” era una rama separada de la de revistas, dado que muchas empresas a la vez publicaban libros y revistas. Sí es claro que los Congresistas de 1938 trataron problemas que incumbían a ambas formas de publicación, pero dejaron establecido que para asociarse a la naciente SEA era requisito publicar al menos seis libros al año.³¹ Es decir, la asociación que se creaba priorizaba tanto para ser socio como para dirigirla el hecho de editar libros. También es muy posible que algunos de los participantes del CEIA no cumplieran con ese requisito, dado que solo como excepción se consideró “socios fundadores” a todos sus participantes, lo que los exceptuaba de las disposiciones impuestas para asociarse.³²

Finalmente, una consideración relevante para tener en cuenta en el análisis del despliegue de las estrategias colectivas en la “edad de oro” es que algunas de las casas presentes en el CEIA exportaban al menos parte de su producción desde muchos años antes de la coyuntura abierta por la Guerra Civil Española, al menos desde la década de 1920. Son los casos de Tor, Atlántida, Claridad, Peuser³³ y las empresas españolas al re exportar desde Buenos Aires. Es decir, si bien es clara la lógica dominante de producción hacia el mercado local durante los años veinte y hasta 1936,³⁴ también es evidente que algunas empresas desde tiempo antes habían formulado parte de su proyecto editorial con una orientación hacia Latinoamérica. Esa práctica exportadora coincide con que los representantes de las principales empresas que la sustentaban estuvieron entre quienes convocaron al CEIA y algunos de quienes dirigieron sus jornadas.

observa el inicio de una constante luego visible en la CAL: la inclusión de editoriales especializadas en publicaciones periódicas, pero el tratamiento solo marginal y ocasional de sus problemáticas. Luego, la marginalidad de los intereses de las editoras de revistas en el interior de la CAL fue una constante, lo que redundó en que se fundara la Asociación Argentina de Editores de Revistas en el año 1948. En Fernández, Stella Maris, *Las Instituciones gráficas y sus revistas (1857-1974)*, Sociedad de Investigaciones Bibliotecológicas, Buenos Aires, 2001, pp. 169-171.

³¹ CAL-Actas CD, Libro I, septiembre de 1938, p. 39.

³² CAL-Actas CD, Libro I, septiembre de 1938, p. 39.

³³ de Sagastizábal, Leandro, op. cit., Abraham, Carlos, op. cit. y Bontempo, Laura, op. cit.

³⁴ Delgado, Verónica y Espósito, Fabio, op. cit.

Las resoluciones del CEIA

El 28 de junio de 1938 se realizó la sesión inaugural. Comenzó con la lectura de una *Memoria* elaborada previamente por la Comisión Organizadora. Se trataba de un detallado diagnóstico del estado de la actividad editorial; aludía a la prosperidad de las ventas externas y a los “peligros” que acechaban a las empresas. Además, exponía en detalle los motivos que habían impulsado la convocatoria al CEIA, así como una justificación de la acción colectiva que se llevaba adelante:

“Es ya costumbre en la vida democrática que los intereses gremiales se defiendan en conjunto, muy especialmente cuando ellos se ven afectados por medidas fiscales, trusts o cualquiera otra índole que escapa a la acción individual de cada uno. [...] En el caso nuestro son en estos momentos tres los peligros que nos amenazan: la suba enorme y constante de los precios del papel, las trabas que algunos gobiernos americanos, quizás por deseos de autarcia [sic] ponen a las publicaciones argentinas y finalmente el propio gobierno argentino nos asesta un rudo golpe, disponiendo por sí y ante sí, sin autorización del Congreso, un aumento de las tarifas postales a los países de América y España.”³⁵

El primero de los “peligros” que enunciaba la *Memoria* era la suba del precio del papel, principal insumo de la producción de impresos. Desde sus inicios, la edición local cubría su demanda casi totalmente con papel importado, que internamente resultaba de bajo precio. Esa situación comenzó a revertirse, por un lado, por el alza de los precios internacionales a partir de la crisis mundial de 1929. Por otro, con el salto en la demanda, desde al menos 1936, los editores estimaban en la *Memoria* que el consumo de papel se había quintuplicado en la primera mitad del año 1937.³⁶ Este cambio en las condiciones materiales de pro-

³⁵ CAL-Actas CD, Libro I, p. 2.

³⁶ de Sagastizábal, Leandro, op. cit., p. 72 y Badoza, Silvia y Belini, Claudio, “Origen, desarrollo y límites estructurales de la industria del papel en la Argen-

ducción influía directamente, desde luego, en las decisiones editoriales. Pero, sobre todo, determinaba las de muchas empresas que, como Claridad y Tor, se sostenían con políticas de libros a precios ínfimos. Esos precios eran posibles en buena medida por tiradas enormes de libros producidos con papeles no solo de baja calidad, sino también baratos.³⁷

El segundo “peligro” para la edición local que definía la *Memoria* lo constituían las medidas de gobierno tomadas por algunos países latinoamericanos respecto a la importación de impresos. La principal queja era hacia Chile, uno de los principales destinos de exportaciones de libros argentinos, que gravaba la importación de libros y revistas. El informe reclamaba “libertad de ingreso” a los libros argentinos por reciprocidad, dado que la entrada a la Argentina de envíos del exterior, decía, era libre de todo impuesto.

Luego, la *Memoria* refería el tercer “peligro”: el aumento de las tarifas postales para envíos de impresos al exterior, decidido por el gobierno argentino, y próximo a entrar en vigencia. Consideraba injusta la medida estatal, dada la inevitabilidad del envío de las exportaciones de libros a través de Correos, y agregaba lo siguiente:

“Este correo, institución nacional, que debería facilitar mediante tarifas básicas convenientes la siembra de cultura argentina en otros países, es el que ahora traba o dificulta su circulación mediante la elevación de las tarifas postales en 100% y en 200% en la correspondencia epistolar panamericana”.³⁸

Finalmente, la *Memoria* informaba a los congresales que los convocantes, constituidos en comisión organizadora, ya habían actuado sobre

tina, 1880-1940”, en *Revista de Historia Industrial*, N° 53. Año XXI, Barcelona, 2013, pp. 109-141 [en línea]. Dirección URL: <<http://www.raco.cat/index.php/HistoriaIndustrial/article/view/271339/358995>> [Consulta: 7 de febrero de 2015], pp. 124 y 132.

³⁷ de Sagastizábal, Leandro, op. cit., p. 74. Luego, Patricia Willson también sostiene que el alza del precio del papel, al continuar durante la Segunda Guerra Mundial, hizo imposibles las ediciones baratas, lo que fue una de las principales causas del declive de la editorial Claridad. En Willson, Patricia, *La Constelación del sur. Traductores y traducciones en la literatura argentina del Siglo XX, Siglo XXI*, Buenos Aires, 2004, p. 230.

³⁸ CAL-Actas CD, Libro I, p. 4.

el problema, enviando un telegrama al Ministro del Interior para “suplicarle se digne ordenar la suspensión del decreto que aumenta las tarifas de la correspondencia epistolar e impresos con destino a los países hermanos de América y España”. En este, además, le informaban que el pedido tendría en breve mayor representatividad, dado que el CEIA se reuniría en poco tiempo y de allí surgiría un documento acerca de “los graves perjuicios que ese aumento causaría a la industria editorial y gráfica argentina”.

Remataba el telegrama aduciendo que

“La industria argentina del libro, que hoy ya ocupa a millones de obreros, puede decirse, basada en las actuales tarifas postales, que son más elevadas que las de los países vecinos. El aumento, ordenado por el decreto aludido, a regir desde el primero de noviembre, causaría daños incalculables a la cultura argentina, que el gobierno debe y desea difundir”.³⁹

Aparecía así un argumento de presión empresarial, que sostenía que la industria del libro generaba grandes cantidades de puestos de empleo, además de ser difusora de la cultura argentina y colaboraba de este modo con los intereses nacionales que el gobierno debía difundir. Los organizadores del CEIA presentaron el telegrama a los congresales para su aval, que obtuvieron e incluyeron en él la firma de todos los presentes.⁴⁰

Volviendo a la *Memoria*, los editores diagnosticaban allí estar atravesando un período de excepcional crecimiento de la producción y de exportaciones de libros, a partir de un cambio drástico en las condiciones de comercio en el área idiomática:

“Nuestro país, desde algunos años atrás, es fuerte productor de publicaciones para las que es mercado de venta, no solo el interior argentino sino todas las repúblicas americanas y la madre patria. Desde que España sufre la calamidad de la guerra civil, esta producción argentina se ha centuplicado a pesar de sus tarifas postales, bastante más elevadas que las de España, pues habiendo dejado de producir Barcelona, Valencia y Madrid, el librero de

³⁹ CAL-Actas CD, Libro I, pp. 4 y 5.

⁴⁰ CAL-Actas CD, Libro I, p. 6.

todas las Américas se dirige a Buenos Aires para obtener los elementos culturales que antes obtenía del viejo mundo. Acomodati-
cia como lo es nuestra industria, pronto han surgido aquí empresas editoriales fuertes que han tratado de suplir lo que España no nos manda, y de que han tenido éxito, lo demuestra el hecho de que, el consumo de papel en la Argentina se ha quintuplicado en lo que va del año 1937”.⁴¹

Los organizadores explicaban el gran crecimiento de la industria editorial argentina por la vacancia de España en América a partir de su guerra civil. Además, consideraban estar viviendo una expansión “desde hacía unos años antes”.⁴²

Luego, en la misma sesión inaugural del CEIA, la comisión organizadora presentó una serie de problemáticas prefijadas para tratar a modo de programa durante las tres jornadas. Los congresales se agruparon en “comisiones internas” que trabajaron sobre cinco categorías de tópicos: relaciones postales y transporte, propiedad intelectual, propaganda, relaciones interiores y exteriores, y asuntos económicos y hacienda.⁴³

La comisión interna “de relaciones postales y transportes”, presidida por Juan Carlos Torrendell, tenía a cargo sentar posición sobre la cuestión urgente del posible aumento de las tarifas postales. El propietario de Tor no era prestigioso entre sus pares por lo que editaba, por el contrario, era criticado; pero evidentemente, era respetado como empresario experimentado en sus vínculos con Correos y confiable para dirigir la comisión del CEIA, que se vinculaba directamente a la problemática de las exportaciones de libros. Porque en la época, la casi totalidad de los envíos comerciales de libros se realizaban a través de la Dirección de Correos mediante “paquetes postales”. Este sistema era el habitual, tanto para pedidos dentro del país como hacia el exterior. Implicaba muy bajos costos de envío, en comparación con los de modalidades muy poco usadas, como

⁴¹ CAL-Actas CD, Libro I, p. 3.

⁴² La evidencia de que en la percepción de los protagonistas, en 1938 ya hacía “unos años” que había comenzado la prosperidad, es un factor que debe tenerse en cuenta a la hora de marcar el inicio de la “edad de oro”, no en 1938, sino en 1936.

⁴³ *La Prensa*, 1º de julio de 1938, p. 14.

los fletes aéreos, que por entonces se empezaban a promocionar. La Dirección de Correos era la encargada de despachar por tren o por barco las sacas estampilladas dentro de las que se disponían los libros.⁴⁴ El grupo liderado por Torrendell debatió acerca de formas alternativas al envío postal para remisiones al exterior.⁴⁵

La comisión definió un “Proyecto general de relaciones con el Correo”, uno de cuyos ítems era la cuestión de las tarifas postales. Luego de dos jornadas de trabajo, el último día del Congreso, se expidió del siguiente modo:

“Este despacho, suscripto por la totalidad de los miembros de la comisión, que mereció la sanción del congreso, aconseja dirigirse al Congreso de la Nación, al ministro del interior y al director general de Correos y Telégrafos, solicitándoles que la Argentina se adhiera nuevamente a las Unión Postal Panamericana y España, a fin de que todos los envíos para cualquiera de los países de América, tengan el mismo franqueo que para el interior. Asimismo se pide la revisión de la tarifa general postal de impresos, especialmente en lo referente al despacho de libros argentinos y derecho de certificado; se solicite la creación de un sistema de fiscalización para los impresos simples y que se haga posible la creación de una cuenta corriente postal para los clientes del correo, cuyo funcionamiento aconseja”.⁴⁶

Otros ítems del proyecto consideraban la implementación de notificaciones por parte del Correo a los editores de los cambios de tarifas, horarios y rutas, además de una clasificación de las revistas extranjeras y un contralor estatal de la entrada de libros clandestinos y de los envíos entregados al Correo. De modo que la resolución excedía claramente la coyuntura, dado que los editores pretendían, además de que no se aumentara la tarifa postal, generar vínculos estables con Correos. El documento de los congresales expresaba que ellos esperaban de la agencia estatal tanto mecanismos regulatorios del comercio exterior de libros, como beneficios

⁴⁴ García, Eustasio, op. cit., p. 117 y Abraham, Carlos, op. cit., p. 44.

⁴⁵ *La Prensa*, 1° de julio de 1938, p. 14.

⁴⁶ *La Prensa*, 1° de julio de 1938, p. 14.

sectoriales. Poco tiempo después del CEIA, la cuestión de las tarifas postales se transformó en un logro para el sector de los empresarios editoriales, ya que el gobierno suspendió el aumento proyectado. Y el CD de la CAL, al momento de construir la historia oficial de la entidad, consideró ese logro como su hito fundante.⁴⁷

Otra comisión interna del CEIA trató la problemática que los congresales llamaron “de propiedad intelectual”. Refería a los derechos de propiedad de los autores, y también de los editores, sobre los libros publicados. En especial los de los editores que operaban en Argentina, ante las publicaciones extranjeras que circulaban en el mercado local. La propuesta de los organizadores, presentada al inicio del CEIA, había sido formular un “proyecto general de defensa del editor argentino contra la invasión de libros ilegales extranjeros, tratando: 1) Libros clandestinos sin pago de derechos, 2) editados en otros países con derechos pagados.” También habían planteado trabajar sobre un “Proyecto general sobre reformas necesarias en la ley de propiedad intelectual” y sobre la viabilidad de solicitar rebajas de la tarifa de legalizaciones de los contratos de edición.⁴⁸

Los editores que trabajaron en esta comisión interna llegaron a una resolución acotada a una de las problemáticas propuestas por los organizadores:

“Se propone declarar que la ley de propiedad intelectual en la actualidad no consulta los intereses de los editores; designar una co-

⁴⁷ El primer número de la revista *Biblos* presentaba una nota titulada “Se ha concedido personería jurídica a la Cámara Argentina del Libro. Algunos antecedentes de su fundación”, basada en las Actas del CD. Dice acerca del Congreso de Editores e Impresores Argentinos de 1938: “Corresponde destacar muy especialmente la empeñosa gestión que el Congreso realizó ante el Director Gral. De Correos y Telégrafos y ante el Señor Ministro del Interior, en el sentido de que la Argentina se reincorporara a la Unión Postal de las Américas y España, restableciéndose el porte postal que regía durante su permanencia en la misma, y se establecieran tasas rebajadas para la circulación del libro de edición nacional, estimulándose así una industria que por su propia naturaleza influye en la cultura. Ambas gestiones obtuvieron favorable acogida primero, y resolución concordante después, con lo cual el Primer Congreso de Editores e Impresores Argentinos logró una de las principales aspiraciones que habían movido a su realización”, *Biblos*, N° 1, 1941, pp. 7 y 8.

⁴⁸ *La Prensa*, 28 de junio de 1938, p. 10.

misión permanente, mientras sea necesario, para cooperar con las otras entidades que procuren se dote al país de una legislación más perfecta que la existente, a fin de obtener los fines deseados”.⁴⁹

De allí surgen dos consideraciones. Por un lado, la evidencia de que los editores buscaban inscribir sus acciones colectivas en el contexto político nacional de los entonces nuevos vínculos entre el empresariado y los organismos estatales. En efecto, en la época había instituciones representativas de intereses sectoriales que estaban trabajando formalmente con organismos estatales en el tratamiento de cambios legales que incumbían a sus negocios.⁵⁰ Por otro lado, es notable que en la resolución final sobre el tema no hubiese referencia a la problemática de los derechos sobre los libros importados. Es de suponer que no se llegó a un acuerdo, dado que había empresas con intereses diferenciados al respecto.

La comisión organizadora presentó también dos propuestas de trabajo referidas a la circulación y difusión de los impresos de la Argentina en el espacio internacional. La primera de ellas era un “proyecto general sobre las relaciones de las editoriales con sus agentes del interior y exterior”. Incluía el debate sobre las relaciones entre editores y libreros, “medidas de defensa contra los malos pagadores” y el problema de la exclusividad. La comisión interna que trató esta problemática fue presidida por Carlos Reyles, de Editorial Sur.⁵¹ La resolución fue un tanto ambigua, titulada “Circulación y difusión del libro”. Propuso “la adopción de medidas tendientes a los editores y las editoriales con sus agentes, para la defensa de unos y otros para la mayor eficacia de sus gestiones, en beneficio de la circulación y difusión del libro en el país y en el extranjero”.⁵²

Finalmente, otra problemática tratada fue la de los mecanismos más eficientes para la difusión de los impresos. La comisión que se en-

⁴⁹ *La Prensa*, 1° de julio de 1938, p. 10.

⁵⁰ Persello, Ana Virginia, “Partidos políticos y corporaciones: las juntas reguladoras de la producción, 1930-1943”, en *Boletín del Instituto de Historia Argentina y Americana Dr. Emilio Ravignani*, 3ra. Serie, N° 29, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires, 2006, pp. 85-188. En especial, p. 89.

⁵¹ *La Prensa*, 1° de julio de 1938, p. 14. Sobre la editorial Sur: Delgado, Verónica y Espósito, Fabio, op. cit., pp. 84-87.

⁵² *La Prensa*, 1° de julio de 1938, p. 14.

cargó de su estudio fue liderada por el dueño de Librería La Facultad. Se propuso, en este caso, la realización de exposiciones de libros, tanto permanentes como circulantes, en todo el país y “muy posiblemente en el extranjero”.⁵³ Los congresales de esta comisión informaron su ponencia, a la que arribaron, afirmaban, luego de prolongadas deliberaciones:

“El señor Seminario, de la Editorial “La Facultad”, informó como presidente de la comisión, (...) proponiendo la creación de exposiciones permanentes, así como también circulantes, del libro en todo el país y muy posiblemente en el extranjero, que serán centros de cultura, conferencias, lecturas de pasajes, biografías y todo cuanto tienda a aumentar el conocimiento del libro argentino o impreso en la Argentina. Propuso igualmente la institución de la Semana del Libro de amplia organización y complemento culturales que redunden en beneficio del público. Además se propuso crear un boletín bibliográfico mensual en el cual se mencionen las ediciones más recientes en forma que preste la ayuda más eficaz posible al librero y al lector.”⁵⁴

Estamos aquí ante una especie de programa que, a partir de la formación de la CAL, los dirigentes cumplirían paso a paso: la difusión de las novedades editoriales de cada empresa en la sección “Bibliografía” de *Biblos*, la Feria del Libro de 1943 y un constante trabajo en participación de otras exposiciones y ferias en el período e, incluso, la realización de la Semana del Libro.⁵⁵

Ahora bien, algunas de las problemáticas que la comisión organizadora ofreció a los congresales para su tratamiento al inicio del CEIA

⁵³ *Ibidem*. Ese fue el esbozo de un futuro plan de feria, que luego se plasmó en la Primera Feria del Libro de 1943, tratada por la autora en otra publicación. Ver: Giuliani, Alejandra, “La CAL y la Historia de la Edición: Acerca de la organización de la Primera Feria del Libro Argentino”, en *Actas del Primer Coloquio Argentino de Estudios sobre el Libro y la Edición*, Universidad Nacional de La Plata, 2012 [en línea]. Dirección URL: <<http://coloquiolibroyedicion.fahce.unlp.edu.ar/actas>> [Consulta: 21 de junio de 2013].

⁵⁴ *La Prensa*, 1° de julio de 1938, p. 14.

⁵⁵ Tratado por la autora en Giuliani, Alejandra, *La edición de libros y el peronismo (1943-1955)*, Tesis de Doctorado, 2015, inédita.

no están presentes en las resoluciones públicas a que llegaron en su finalización. Por ejemplo, el aumento alarmante del precio del papel importado mencionado en la Memoria como uno de los tres grandes peligros que acechaban a los editores, no figura como una de las problemáticas tratadas ni quedó reflejada en los dictámenes finales del CEIA. Es posible que los congresales consideraran no podían influir para modificar la situación, ni tampoco peticionar al gobierno para que interviniera pues los precios del papel dependían de factores internacionales, ajenos a los poderes locales. Otra propuesta inicial había sido el tratamiento sobre “defensa común en los casos de pillaje en algún país del exterior”, así como el registro de títulos o marcas no autorizadas y la publicación de “libros argentinos o libros registrados en la Argentina”. En este caso, es posible que la presencia de editoriales españolas en el CEIA haya disuadido el tratamiento de estas delicadas cuestiones que podían llegar a enfrentar intereses cuando los congresales buscaban privilegiar en el CEIA lo que tenían en común.

Pero, sin duda, hubo un gran acuerdo, cuya propuesta fue liderada por Antonio Zamora: En el cierre de la sesión inaugural, el delegado de editorial Claridad propuso que el CEIA se transformara en “asamblea constitutiva de una sociedad de editores”. Para el estudio de la propuesta se formó una comisión especial integrada por Zamora, Glusberg, Porter, Pellegrini, Klug y Vernengo con el objetivo de expedirse sobre la cuestión en el transcurso del congreso.⁵⁶ Hacia el final de sus jornadas, la comisión propuso constituir la Sociedad de Editores Argentinos. La propuesta fue aprobada, por lo cual los Congresales se declararon en asamblea constitutiva de la nueva asociación. Sus fines quedaron también establecidos:

“Representar a los editores en todas sus relaciones y actividades, para la defensa de los intereses —propender al mayor desarrollo de la industria editorial argentina— favorecer la difusión de las ediciones argentinas, principal factor de la cultura y elemento máximo de progreso y civilización; establecer y mantener vinculaciones con los poderes públicos, con las entidades y personas

⁵⁶ *La Prensa*, 29 de junio de 1938, p. 10, bajo el título “Fue Inaugurado ayer el Primer Congreso de Editores e Impresores”.

representativas de gremios afines, cuyos intereses se vinculen con las finalidades de la sociedad, y con las asociaciones similares en el extranjero”.⁵⁷

Así, la decisión de formar la Sociedad de Editores Argentinos se inscribe en una trama social, política y económica favorable a la obtención de ese tipo de consensos. En la Argentina, el impacto de la crisis internacional de 1930 llevó a transformaciones económicas que redundaron en un incremento de la elaboración local de manufacturas. Las actividades industriales se fueron afianzando y, a su compás, también se complejizaron los vínculos entre los sectores empresariales y los poderes públicos. El Estado ejerció nuevas formas de intervención, plasmadas en la creación de organismos que ofrecieron a las entidades empresariales espacios institucionalizados de asesoramiento e, incluso, de decisión, tales como consejos y juntas reguladoras.⁵⁸ Simultáneamente, se produjo un marcado incremento de la agremiación empresaria.⁵⁹ En ese contexto se inscribe la formación de la CAL, dado que, tanto de sus acciones en el CEIA como de sus planes al formar su entidad, surge que las demandas a los poderes públicos, así como el establecimiento de otras formas de vinculación con los organismos estatales, resultaban estratégicos para sus negocios.⁶⁰

⁵⁷ *La Prensa*, 1° de julio de 1938, p. 14. También se aprobó la creación de una nueva comisión, que a modo de primera mesa directiva de la sociedad, debía preparar y presentar en el plazo de treinta días, el proyecto de estatutos y reglamentos por los cuales se regiría el organismo, los cuales fueron aprobados por una asamblea general convocada para el 6 de agosto de ese año.

⁵⁸ Tópicos tratados en Berrotarán, Patricia, *Del plan a la planificación. El Estado durante la época peronista*, Imago Mundi, Buenos Aires, 2003; y en Persello, Ana Virginia, op. cit.

⁵⁹ Jorge Schvarzer estudió esa conducta empresarial de la época, y sostuvo que era efecto de la diversificación de intereses empresariales que el crecimiento industrial provocaba. Schvarzer, además, mostró su estrecho vínculo con la expansión del número de trabajadores industriales y con el surgimiento de nuevos sindicatos. En Schvarzer, Jorge, *Empresarios del Pasado. La Unión Industrial Argentina*, CISEA - Imago Mundi, Buenos Aires, 1991.

⁶⁰ Luca Lanzalaco, teórico del asociacionismo empresarial, destaca la presión al Estado como una de las principales funciones características de las entidades patronales. En Lanzalaco, Luca, “Business Interest Associations”, en Jones, Geoffrey y

Ahora bien, en la Argentina de fines de los años treinta, la creación de entidades patronales en muchas ramas industriales era resultado de estrategias que buscaban aumentar la capacidad de negociación y de presión empresarial frente a la expansión del movimiento obrero.⁶¹ Sin embargo, ese no fue el caso de los editores. Aunque fundaron su entidad en el período, otro tipo de motivos que los llevaron a asociarse radicó en tensiones de intereses con empresarios industriales y ligados a la comercialización, en especial del exterior del país. Ello se manifestaba, por ejemplo, en los reclamos que los editores formularon por el aumento del precio del papel y, muy posiblemente, también en las que ellos denominaban “trabas” para el ingreso del libro argentino a Chile, en el caso de que el gobierno de ese país actuara en defensa de la edición local al gravar el ingreso de libros.⁶² Es posible concluir que otro conjunto de motivaciones en la formación de la CAL se encuadra en un patrón de comportamiento empresarial regido sobre todo por lógicas acordes con el peso de contradicciones al interior del empresariado y a la búsqueda de resolución en la interlocución con el Estado.⁶³ Así, en la formación de la CAL, también los editores tuvieron como objetivo potenciar su producción y ejercieron desde la entidad estrategias de difusión y promoción del libro argentino.

Zeitlin, Jonathan (eds.), *The Oxford Handbook of Business History*, Oxford University Press, Nueva York, 2007, pp. 293-315. En especial, p. 294.

⁶¹ Schvarzer, Jorge, op. cit., p. 67.

⁶² Carlos Acuña ha señalado que las tensiones y contradicciones entre los intereses de empresarios y trabajadores no son los que necesariamente llevaron a los empresarios a agruparse en asociaciones. Afirma que “los empresarios se manejan en varios mercados simultáneamente: en el laboral, en el de sus insumos como consumidores de bienes transables o no transables, y en el de sus productos como oferentes”. Para Acuña, la organización empresarial con el objeto de presionar al Estado en relación con contradicciones de intereses con otros grupos capitalistas es históricamente más frecuente que su organización para enfrentar a los sindicatos. En Acuña, Carlos, *El análisis de la burguesía como actor político*, Tesis Doctoral, Department of Political Science. University of Chicago, 1995, inédita.

⁶³ Carlos Acuña afirma que “la obtención de créditos o ventajas impositivas preferenciales han constituido incentivos permanentes para la organización y acción colectiva empresarial por rama, sector o producto. Esta es una de las razones centrales de la presencia de un mayor número de asociaciones empresariales”. En Acuña, Carlos, op. cit., p. 21.

Palabras finales

Una serie de trabajos han demostrado que la “edad de oro” del libro argentino fue construida con valiosos catálogos editoriales y con el tejido de redes intelectuales y empresariales que atravesaron toda el área idiomática del castellano. En este artículo encontramos en el CEIA un claro episodio que demuestra que esa prosperidad también se construyó desde el trabajo corporativo de los editores. Porque si la composición del conjunto reunido en 1938 fue expresión de la complejidad alcanzada por el campo editorial local hacia esa época, la clase de problemáticas allí tratadas lo fue de un tipo específico de estrategias colectivas desplegadas. En efecto, los debates y resoluciones del CEIA fueron el inicio de una asociación empresarial – la CAL- que se conformó como un espacio de relación con otras entidades —del mundo de la cultura y del empresariado— y, sobre todo, como un ámbito privilegiado de negociación con los organismos estatales. Así, fue en su interpelación al Estado donde los Congresales encontraron un punto clave de asociación de intereses empresariales y de su institucionalización.

Bibliografía

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

Acuña, Carlos, *El análisis de la burguesía como actor político*, Tesis Doctoral, Department of Political Science, University of Chicago, 1995, inédita.

Badoza, Silvia y Belini, Claudio, “Origen, desarrollo y límites estructurales de la industria del papel en la Argentina, 1880-1940”, en *Revista de Historia Industrial*, N° 53. Año XXI, Barcelona, 2013, pp. 109-141 [en línea]. Dirección URL: <<http://www.raco.cat/index.php/HistoriaIndustrial/article/view/271339/358995>> [Consulta: 7 de febrero de 2015].

Berrotarán, Patricia, *Del plan a la planificación. El Estado durante la época peronista*, Imago Mundi, Buenos Aires, 2003.

Bil, Damián, *Descalificados. Proceso de trabajo y clase obrera en la rama gráfica (1890-1940)*, Ediciones RyR, Buenos Aires, 2007.

Bontempo, María Paula, “*Editorial Atlántida. Un continente de publicaciones, 1918-1936*”, Tesis de Doctorado en Historia, Universidad de San Andrés, 2013, [en línea]. Dirección URL: <<http://hdl.handle.net/10908/879>> [Consulta 16 de marzo de 2014].

Bottaro, Raúl, *La edición de libros en Argentina*, Troquel, Buenos Aires, 1964.

Bourdieu, Pierre, “El mercado de los bienes simbólicos”, en Bourdieu, Pierre, *Las reglas del arte. Génesis y estructura del campo literario*, Anagrama, Barcelona, 1995, pp. 213-261.

Buonocore, Domingo, *Libreros, editores e impresores de Buenos Aires. Esbozo para una historia del libro argentino*, Bowker Editores, Buenos Aires, 1974.

Cámara Argentina del Libro, *Libro de Actas de Sesiones del Consejo Directivo*, sesiones de 1938 a 1955.

Cámara Argentina del Libro, *Memoria y Balance*, ejercicios 1941 a 1966, Cámara Argentina del Libro, Buenos Aires.

Cámara Española de Comercio de la República Argentina, *Historia de la Cámara Española de Comercio de la República Argentina*, Buenos Aires, 1998.

Cedro, Juliana, “El negocio de la edición. Claridad 1922-1937”, en *Actas del Primer Coloquio Argentino de Estudios sobre el Libro y la Edición*, Universidad Nacional de La Plata, 2012 [en línea]. Dirección URL: <<http://coloquiolibroyedicion.fahce.unlp.edu.ar/actas>> [Consulta: 3 de febrero de 2015].

Chartier, Roger, *Libros, lecturas y lectores en la Edad Moderna*, Alianza, Madrid, 1993.

Costa, María Eugenia, “Tradición e innovación en el programa gráfico de la editorial Guillermo Kraft: Colecciones de libros ilustrados (1940-59)”, en *Actas del Primer Coloquio Argentino de Estudios sobre el Libro y la Edición*, Universidad Nacional de La Plata, 2012 [en línea]. Dirección URL: <<http://coloquiolibroyedicion.fahce.unlp.edu.ar/actas>> [Consulta: 21 de junio de 2013].

Darnton, Robert, “Retorno a ¿Qué es la historia del libro?”, en *Prismas. Revista de historia intelectual*, N° 12, Universidad Nacional de Quilmes, 2008, pp. 157-168 [en línea]. Dirección URL: <<http://www.unq.edu.ar/advf/documentos>> [Consulta 19 de febrero de 2013].

de Diego, José Luis, *La otra cara de Jano. Una mirada crítica sobre el libro y la edición*, Ampersand, Buenos Aires, 2015.

de Diego, José Luis (dir.), *Editores y políticas editoriales en Argentina, 1880-2000*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2006.

Delgado, Verónica y Espósito, Fabio, “1920-1937. 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, 2006, pp. 59-89.

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

de Sagastizábal, Leandro y Giuliani, Alejandra, *Un editor argentino. Arturo Peña Lillo*, Eudeba, Buenos Aires, 2014.

Diario *La Prensa*, enero a diciembre de 1938.

Espósito, Fabio, “Seix Barral y el boom de la nueva narrativa hispanoamericana: las mediaciones culturales de la edición española”, en *Orbis Tertius, Revista de teoría y crítica literaria*, XIV, 2009, pp. 23-32 [en línea] Dirección URL: <<http://www.fuentesmemoria.fahce.unlp.edu.ar>> [Consulta: 21 de Abril de 2012].

Espósito, Fabio, “Los editores españoles en Argentina: antecedentes de un desembarco. Redes comerciales, políticas y culturales entre España y Argentina (1892- 1938)”, en Altamirano, Carlos (dir.), *Entre cultura y política: historia de los intelectuales en América Latina*, Katz, Buenos Aires, 2010, pp. 515-536.

Eujanian, Alejandro, *Historia de Revistas Argentina 1900-1950. La conquista del público*, Asociación Argentina de Editores de Revistas, Buenos Aires, 1990.

Fernández, Stella Maris, *Las Instituciones gráficas y sus revistas (1857-1974)*, Sociedad de Investigaciones Bibliotecológicas, 2001.

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

Gené, Marcela, *Un Mundo Feliz. Imágenes de los trabajadores en el primer peronismo 1946-1955*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2005.

Giuliani, Alejandra, *La edición de libros y el peronismo (1943-1955)*, Tesis de Doctorado, 2015, inédita.

Giuliani, Alejandra, “La CAL y la Historia de la Edición: Acerca de la organización de la Primera Feria del Libro Argentino”, en *Actas del Primer Coloquio Argentino de Estudios sobre el Libro y la Edición*, Universidad Nacional de La Plata, 2012 [en línea]. Dirección URL: <<http://coloquiolibroyedicion.fahce.unlp.edu.ar/actas>> [Consulta: 21 de junio de 2013].

Giuliani, Alejandra, “Libros o Alpargatas: el comienzo de una historia. Editores, escritores y política en la Argentina de 1945”, en *Prólogos. Revista de historia, política y sociedad*, Vol. II, Luján, Universidad Nacional de Luján-EPHyD, 2009, pp. 59-78.

Lanzalaco, Luca, “Business Interest Associations”, en Jones, Geoffrey y Zeitlin, Jonathan (eds.), *The Oxford Handbook of Business History*, Oxford University Press, Nueva York, 2007, pp. 293-315.

Larraz, Fernando, *Una historia transatlántica del libro. Relaciones editoriales entre España y América latina (1936-1950)*, Ediciones Trea, Gijón, 2010.

Martínez Martín, Jesús A.; Martínez Rus, Ana y Sánchez García, Raquel, *Los patronos del libro. Las asociaciones corporativas de editores y libreros*, Ediciones Trea, Gijón, 2004.

Martínez Rus, Ana, *La política del libro sobre la Segunda República: Socialización de la lectura*, Universidad Complutense de Madrid, 2001, [en línea], Dirección URL: <<http://biblioteca.ucm.es/tesis/ghi/ucm-t25567.pdf>> [Consulta 25 de febrero de 2015];

Olarra Jiménez, Rafael, *Espasa Calpe. Manuel Olarra, un editor con vocación hispanoamericana*, Dunken, Buenos Aires, 2003.

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

Persello, Ana Virginia, “Partidos políticos y corporaciones: las juntas reguladoras de la producción, 1930-1943”, en *Boletín del Instituto de Historia Argentina y Americana Dr. Emilio Ravignani*, 3ra. Serie, N° 29, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires, 2006, pp. 85-188.

Revista *Biblos*, Cámara Argentina del Libro, Años 1941-1966, números 1 a 123.

Revista *Gaceta del Libro*, números de 1946-1947.

Rivera, Jorge, *El escritor y la industria cultural*, Atuel, Buenos Aires, 1998.

Roger, Geraldine, *Caras y Caretas. Cultura, política y espectáculo en los inicios del siglo XX argentino*, Ediciones de la Universidad de La Plata (EDULP), La Plata, 2008 [en línea]. Dirección URL: <<http://www.orbistertius.unlp.edu.ar/article/viewFile/OTv15n16r13/4994>> [Consulta 8 de febrero de 2015].

Schvarzer, Jorge, *Empresarios del Pasado. La Unión Industrial Argentina*, CISEA - Imago Mundi, Buenos Aires, 1991.

Willson, Patricia, *La Constelación del sur. Traductores y traducciones en la literatura argentina del Siglo XX, Siglo XXI*, Buenos Aires, 2004.

