



Universidad de Buenos Aires
Facultad de Ciencias Económicas



**Centro de Estudios Económicos
de la Empresa y el Desarrollo
(CEEED)**

ANUARIO

ISSN 2545-8299

Nº 8 - Año 8
2016

ANUARIO

Centro de Estudios Económicos
de la Empresa y el Desarrollo

Directora

María Inés Barbero (UBA–FCE–CEEED / IIEP BAIRES–UBA–CONICET).

Comité Editorial

Alicia Mónica Campins (UBA–FCE–CEEED / IIEP BAIRES–UBA–CONICET).

María Teresa di Salvo (UBA–FCE–CEEED).

Raúl García Heras (UBA–FCE–CEEED / IIEP BAIRES–UBA–CONICET).

Jorge Gilbert (UBA–FCE–CEEED / IIEP BAIRES–UBA–CONICET).

Juan Lucas Gómez (UBA–FCE–CEEED / CIS–IDES–CONICET).

Aníbal Pablo Jáuregui (UBA–FCE–CEEED / IIEP BAIRES–UBA–CONICET).

Viviana Román (UBA–FCE–CEEED / IIEP BAIRES–UBA–CONICET).

Benedicto Flavio Ruffolo (UBA–FCE–CEEED / CBC–UBA).

Consejo Asesor Externo

Mario Cerutti (Universidad Autónoma de Nueva León, Monterrey- México).

Carlos Dávila L. de Guevara (Universidad de los Andes, Bogotá- Colombia).

Paloma Fernández Pérez (Universidad de Barcelona-España).

Guillermo Guajardo Soto (Universidad Nacional Autónoma de México- México).

Raúl Jacob (Universidad de la República- Uruguay).

Norma Lanciotti (Universidad Nacional de Rosario- Argentina, CONICET).

Andrea Lluch (Universidad Nacional de La Pampa- Argentina, CONICET).

Rory Miller (Universidad de Liverpool-Inglaterra).

Nuria Puig Raposo (Universidad Complutense de Madrid- España).

Andrés Regalsky (Universidad Nacional de Tres de Febrero- Argentina).

Javier Vidal Olivares (Universidad de Alicante- España).

Asistentes Editoriales

Mariana Kunst (UBA–FCE–CEEED).

Martín Ariel Manuli (UBA–FCE–CEEED).

Tomas Chami Rouvroy (UBA–FCE–CEEED).

Diseño, Diagramación y Corrección

Martín Ariel Manuli (UBA–FCE–CEEED).

Corrección

María Teresa di Salvo (UBA–FCE–CEEED).

Secretaría de Redacción

Viviana Román (UBA – FCE – CEEED/ IIEP BAIRES – UBA - CONICET).

Ilustración de tapa: Paula Rodríguez, *Palabras letras en movimiento* (2016), técnica mixta, 15 x 21 cm.

Anuario editado por el Centro de Estudios Económicos de la Empresa y el Desarrollo (CEEED),
Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Buenos Aires.

Córdoba 2122 - CP 1120- CABA, 2º Piso.

TE: 4374-4448 (int. 6474)

Dirección electrónica: ceed@econ.uba.ar

ISSN 2545-8299

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

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

Viviana Román
(UBA-FCE-CEEED-IIIEP BAIRES)

Resumen

Los últimos años han sido testigos de un creciente interés desde diversos campos disciplinares por el análisis de diferentes segmentos y particularidades de la industria editorial.

En consonancia con lo anterior, los cambios que tuvieron lugar en el sector editorial en los últimos 25/30 años, aproximadamente, parecen haber estimulado una significativa producción de trabajos que a partir de evidencia empírica disponible han intentado explicar la dinámica de una industria que en su acaecer comenzó a caracterizarse desde fines del siglo XX por su polarización. Este es el punto de llegada de un devenir histórico que se remonta al siglo anterior.

Los trabajos que presentamos en este volumen dan cuenta de la construcción del mundo editorial argentino, de la publicación periódica “Los Pensadores” editada por Antonio Zamora (*Claridad*), de los inicios del asociacionismo en el sector a nivel local, de las instituciones y estrategias empresariales del sector editorial en castellano durante la denominada “Edad Dorada” y de la profesionalización de las editoriales universitarias.

Palabras clave

Industria editorial; Editores; Estrategias empresariales; Historiografía de la industria editorial.

About the publishing industry and the historical interpretations of some of its aspects

Abstract

The last years has been witness of a growing interest from various disciplinary fields about the publishing industry, its different segments and particularities.

The changes in the publishing field in the last 25/30 years, approximately, appears to be the stimulus of a significant academic work that, from the available empirical evidence, tries to explain the dynamics of a industry that, by the last years of the twentieth century, began to be characterized by its polarization. This is the last stop of a historical process that goes back to the previous century.

The papers in this journal analyze the building of the argentine editorial world, the book collection “Los Pensadores” published by Antonio Zamora (*Claridad*), the origins of the local publishing associations, the institutions and bussines strategies of the spanish-speaking publishing field in the “Golden Age” and the professionalization of the university editors.

Keywords

Publishing industry; Publishers; Business strategies; Publishing industry historiography.

Primeras palabras

La industria editorial genera creatividad, difunde ideas, multiplica posibilidades de inserción profesional en edición y activa áreas conexas de producción y servicios; en consecuencia, su estudio se torna importante. Conforme a esta consideración los últimos años han sido testigos de un creciente interés desde diversos campos disciplinares por el análisis de sus diferentes segmentos y particularidades. La Historia no se ha constituido en una excepción y, por consiguiente, sosteniendo una relación de complementariedad con otras disciplinas hace sus aportes.

En consonancia con lo anterior, los cambios que tuvieron lugar en el sector editorial en los últimos 25/30 años, aproximadamente, parecen haber estimulado una significativa producción de trabajos que a partir de evidencia empírica disponible han intentado explicar la dinámica de una industria que en su acaecer comenzó a caracterizarse desde fines del siglo XX por su polarización. Por un lado, grupos empresariales fundamentalmente multimedia y de capitales extranjeros y, por otro, un conjunto heterogéneo de firmas micro, pequeñas y medianas de capital nacional. Este es el punto de llegada de un devenir histórico que se remonta al siglo XIX.

Conformación histórica del complejo editorial en Argentina. Breve caracterización general

La configuración histórica del complejo editorial de la Argentina reconoce orígenes en la segunda mitad del siglo XIX con empresas pequeñas y medianas localizadas primordialmente en Buenos Aires. A partir de la década de 1850 se produjo un importante aumento del número de librerías e imprentas que estaban ubicadas especialmente en el centro cívico de la ciudad de Buenos Aires. Ellas se encontraban mayoritariamente gestionadas por extranjeros que llegaron a estas tierras en esos años.

Esta segunda mitad del siglo XIX se caracterizó asimismo por la incorporación de nueva tecnología para imprimir, dando impulso a una mayor producción de libros. Las mejoras técnicas incluyeron la rotativa a vapor en 1864, la máquina de composición o linotype en 1867 y la fundición de tipos de imprenta en 1869. Se empezaron, entonces, a sentar las bases de la incipiente industria gráfica y editorial argentina¹. Se registró en este momento la aparición de la figura del editor sin librería ni imprenta, de best-sellers en la producción de libros de enseñanza y de textos criollistas, y de las primeras colecciones populares.

Muchas veces las librerías y las editoriales mezclaban sus actividades e incluso participaban en el área gráfica, prestando servicios a terceros, especialmente en la impresión de papelería comercial². En esa época se registró la fundación de empresas que se mantuvieron como importantes editoriales en la Argentina del siglo XX: se trata de *Kraft* fundada en 1862, *Peuser* creada en 1864 y de *Estrada* que data de 1869. Diversas investigaciones señalan este momento como el inicio de la conformación de un mercado editorial localizado en Buenos Aires. Pues, se incrementaron el número de editoriales y, sobre todo, el volumen de las publicaciones; desde el punto de vista de la configuración del sector industrial se trataría de la etapa inicial.

También a fines del siglo XIX se asistió a la diversificación del público lector, esto ha quedado puesto de manifiesto en las diferentes ofer-

¹ *Informe Centro de Estudios para la Producción*, “La industria del libro en Argentina”, Argentina, 2005. p. 61.

² de Sagastizábal, Leandro, *La edición de libros en la Argentina*, EUDEBA, Buenos Aires, 1995. pp. 43, 44 y 45.

tas de los comercios de este rubro que tendían a llegar a los segmentos de demanda a partir de la especialización en libros en variedad de idiomas, en libros antiguos y en materias científicas³.

Ya en las primeras décadas del siglo XX aparecieron las colecciones de *Tor*, *Sopena* (española) y *Editorial Cooperativa Claridad*, y los folletines sentimentales y de temas criollistas, entre muchas otras publicaciones. En esa época llegó a registrarse la edición de alrededor de 800 títulos distintos por año. Todo esto da cuenta de los inicios de la organización del espacio editorial, consolidándose la expansión del mercado de los libros de bajo costo: folletines, tanto de autores extranjeros como argentinos, y literatura gauchesca. Además, hacia 1910 tuvo lugar una sustitución de la importación de libros impresos en el extranjero. Con la ampliación del público lector aparecieron por primera vez ediciones de literatura culta con alto tiraje ofrecidas a bajo precio⁴. El crecimiento de la producción editorial que se produjo desde los primeros años del siglo XX creó el marco favorable para impulsar la sanción de leyes que regularon más específicamente la actividad. En tal sentido, advertimos que en el advenimiento del sistema capitalista los ordenamientos jurídicos de algunas sociedades occidentales entendieron que el derecho intelectual era un derecho de propiedad, aplicándose respecto de los principios y caracteres típicos del dominio de las cosas materiales, en el caso de la Argentina regulado en el Código Civil - elaborado en el siglo XIX- por medio del art. 2506⁵.

Esa línea de interpretación jurídica tuvo su impacto en nuestro país, pues a pesar de la entidad constitucional del derecho de autor (art. 17 de la Constitución Nacional⁶), en 1910 se dictó la ley 7092, complementada después por la ley 9141 de 1913 (modificada por la ley 9510 de 1914)

³ Eujanián, Alejandro, “La cultura: público, autores y editores”, en Marta Bonaudo (Dir.), *Nueva Historia Argentina, Liberalismo, Estado y orden burgués (1852–1880)*, Tomo 4, Sudamericana, Buenos Aires, 1999, p. 559.

⁴ Aguado, Amelia, “1956 – 1975. La consolidación del mercado interno”, en de Diego, José Luis (dir.) *Editores y políticas editoriales en Argentina (1880-2000)*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires/ México, 2006. pp. 125-162. p. 97.

⁵ *Código Civil de la República Argentina* en vigencia hasta el primero de agosto de 2015. Ediciones varias.

⁶ Art. 17. *Derecho de propiedad. Expropiación. Propiedad Intelectual. Confiscación de bienes. Constitución de la Nación Argentina. Texto ordenado por la Convención Nacional de 1994*, Editorial Estudio, Buenos Aires, 1996. p. 23.

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

y se sancionó la Ley 11.723 - Régimen Legal de la Propiedad Intelectual⁷ en 1933 que - si bien con algunas modificaciones - es la norma que rige hasta el día de hoy.

En el primer cuarto de siglo XX se produjo además el surgimiento de un número significativo de bibliotecas populares (de carácter público) en diversos barrios de la ciudad de Buenos Aires; se definió por lo tanto un nuevo modelo de sujeto urbano: el ciudadano educado. Concomitantemente entre las dos guerras mundiales Buenos Aires asistió al desarrollo de una serie de empresas editoriales que ofrecieron a precios económicos – acentuando una tendencia que se había manifestado anteriormente – un conjunto significativo de obras de la literatura y el pensamiento universal. La cuidadosa selección, las extensas tiradas, su organización en bibliotecas y colecciones, la combinación de obras consagradas con otras de tendencias estéticas o sociales de avanzada, todo lleva a pensar en una verdadera “empresa cultural”⁸. En los años veinte se produjo la aparición del “editor moderno”.

Recién hacia la década de 1930 comenzaron a diferenciarse las distintas actividades del universo del libro⁹: librero, editor, escritor, correctores, traductores, directores de colección, entre otros. Esto implicó la modernización de la actividad y la adquisición de características que están en la base de la morfología del sector, y en este aspecto, su configuración a partir de un conjunto de pequeñas y medianas editoriales que presentaron gran dinamismo y capacidad de adaptación.

⁷ Ley N° 11.723 *Régimen Legal de la Propiedad Intelectual*. Artículos 2, 5 y 37. Esta ley fue modificada en varias oportunidades: 1957, 1993, 1998, 2004 y 2007. Los cambios tecnológicos condicionaron el dictado de nuevas leyes y decretos -entre otros el número 165 de 1994- que protege la propiedad de los softwares.

⁸ Romero, Luis Alberto, Romero, Luis Alberto, “Buenos Aires en la entreguerra: libros baratos y cultura de los sectores populares”, en Armus, Diego, *Mundo urbano y cultura popular*, Editorial Sudamericana, Buenos Aires, 1990. pp. 41-67, p. 43.

⁹ García, Eustasio A., “Historia de la empresa editorial en Argentina. Siglo XX”, en Cobo Borda, Juan Gustavo (ed.), *Historia de las empresas editoriales en América Latina, Siglo XX*, Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLALC), Colombia, 2000. Citado en Informe Centro de Estudios para la Producción, op. cit., p. 61.

A fines de la década de 1930 se fundaron sellos editoriales de gran trayectoria como *Losada* (1938), *Emecé* (1939) y *Sudamericana* (1939). A su vez, la española *Espasa-Calpe* se había radicado en Argentina. La librería *El Ateneo* de Pedro García comenzó a editar una multiplicidad de obras que iban desde Filosofía y Artes hasta Historia y Medicina. Muchos proyectos editoriales apuntaron a abastecer la demanda de un público lector que continuaba ampliándose y diversificándose.

En 1938 nació la Sociedad de Editores que a partir de 1941 constituyó la Cámara Argentina del Libro (CAL) y esto pone de relieve la importancia del asociacionismo en la defensa de derechos de los actores del sector representados en esta entidad cameral como los binomios editoriales - editores y librerías - libreros. A lo largo del tiempo, fueron surgiendo otras entidades camerales, algunas - como la Cámara Argentina de Publicaciones (CAP) surgida en 1970 - han coexistido con la CAL; otras, se fueron desarticulando o bien por fusión o bien porque dejaron de existir.

La década de 1940 y buena parte de la de 1950 constituyó un período definido por diversas fuentes bibliográficas¹⁰ como el más próspero de la industria editorial argentina. Esta prosperidad reconoce orígenes en las condiciones favorables tanto en el contexto nacional como internacional: la debacle de la industria en España como consecuencia de la Guerra Civil posicionó a la Argentina en un lugar privilegiado en la producción de libros hacia el mercado de lengua castellana que llegó a liderar el mercado hispanoparlante. Se destaca la contribución de los exiliados españoles en Argentina a partir de los inicios de la dictadura franquista en España, pues ellos desempeñaron un rol fundamental en el desarrollo de la industria editorial local.

Ahora bien, hacia el final de la década del cuarenta el sector comenzó a sentir la falta de papel importado, el encarecimiento de los costos de producción y la escasez de financiamiento en el mundo. Los libros empezaron a perder competitividad en el exterior; entre los años cincuenta y sesenta continuó el aumento de costos y la falta de divisas; se establecieron controles a la exportación y restricciones a las importaciones.

¹⁰ Se trata de Amelia Aguado y José Luis de Diego.

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

En cuanto al aspecto tecnológico, desde mediados de la década de 1950 se había empezado a difundir en nuestro país la impresión Offset con ventajas en altos tirajes de rapidez, costo y eficiencia, este sistema revolucionó las artes gráficas. No obstante, el índice de producción presentaba grandes oscilaciones, tanto en número de títulos como en cantidad de ejemplares o en tiraje promedio. Hacia la segunda mitad de la década del sesenta la industria editorial se empezó a recuperar y aumentaron las exportaciones¹¹. Un punto culminante se situó en 1974, con casi 50 millones de ejemplares producidos y un tiraje anual promedio de más de 10 mil ejemplares¹², para descender bruscamente en los años posteriores. En este punto es pertinente considerar que en estos primeros años de la década de 1970 no se exportaba como en los prósperos cuarenta y cincuenta; de tal forma, hay investigaciones¹³ que permiten suponer la existencia de un mercado propio y ampliado para el libro argentino y latinoamericano.

Asimismo, en la década de 1960 se registró una importante renovación editorial: el mercado estaba constituido por una serie de editoriales como por ejemplo, *Emecé*, *Sudamericana*, *El Ateneo*, *Losada*. Al mismo tiempo, algunas españolas como *Salvat*, *Aguilar* que monopolizaban el mercado del libro¹⁴ y la mexicana *Fondo de Cultura Económica*. Además, en ese momento aparecieron un conjunto de firmas editoriales de menor tamaño como *de la Flor*, *Periferia*, *Tiempo Contemporáneo* y *Jorge Álvarez Editor*, entre muchas otras.

A su vez, en 1958 - sobre los lineamientos propuestos por Arnaldo Orfila Reynal - se había fundado la Editorial Universitaria de Buenos Aires (*Eudeba*). Esta creación constituyó un fenómeno sin precedente por su orientación como editorial universitaria y tomó mucho impulso en la primera mitad de la década del sesenta; hasta 1966 estuvo bajo la direc-

¹¹ *Informe Centro de Estudios para la Producción*, op. cit., p. 62.

¹² Getino, Octavio, *Las industrias culturales en la Argentina*, Colihue, Buenos Aires, 1995. p. 46.

¹³ Se trata de las indagaciones de José Luis de Diego, “1938-1955. La ‘época de oro’ de la industria editorial”, en de Diego, José Luis (dir.), op. cit., p. 114.

¹⁴ Entrevista a Alberto Díaz, en el momento de su realización Director Editorial de Emecé y Director a cargo de los Sellos Seix Barral y Destino, todos pertenecientes al Grupo Planeta. Buenos Aires, 25 de Junio de 2009.

ción de Boris Spivacow¹⁵. Años después muchas universidades nacionales de Argentina replicaron con diversas características esta experiencia. Tras el golpe de Estado de 1966 y su impacto en la UBA el referido editor dejó *Eudeba* y fundó el Centro Editor de América Latina (CEAL), desde allí continuó con buena parte del proyecto llevado adelante desde la editorial universitaria. A su vez, en la primera mitad de 1969 - a instancias del mencionado Arnaldo Orfila Reynal - se instaló en Buenos Aires una sucursal de *Siglo XXI* que importaba libros de México, fue a partir de ella que se creó esa editorial en nuestro país.

En este contexto de multiplicación de empresas editoriales el asociacionismo en sus diversas expresiones camerales cumplió un papel importante a partir de su capacidad de incidir políticamente para la obtención de ciertas mejoras para el sector. En 1973 se sancionó con el número 20.380¹⁶ la primera ley del libro. Esta ley declaró de “interés nacional” la promoción, producción, comercialización y difusión del libro argentino; favoreciendo su circulación y otorgando una serie de incentivos al sector como régimen de créditos a la producción y comercialización y desgravaciones impositivas. También, se obtuvo la exención del Impuesto al Valor Agregado (IVA) para los libros¹⁷.

¹⁵ Merece destacarse que al decir de una correctora y editora que trabajó con él durante años era una persona que “con unos elementos insignificantes montaba un equipo de gente, trabajaba sobre eso y sacaba volúmenes, colecciones que todavía existen”. Entrevista a Elisa Rando, editora del Centro Editor de América Latina (CEAL), de Editorial Granica y de Losada, Buenos Aires, 26 de mayo de 2009.

¹⁶ Ley N° 20.380. *Ley del libro*.

¹⁷ Cabe aclarar que desde la década de 1970 y hasta la actualidad ha estado en vigencia la exención del IVA a “Libros, folletos e impresos similares, incluso en fascículos u hojas sueltas, que constituyan una obra completa o parte de una obra...” por aplicación de la Ley del IVA. Ahora bien, la forma en la que se aplica esa exención ha generado cuestionamientos de parte de algunos empresarios editoriales. A principios de la década del 2000 se generó una importante polémica en torno a la cuestión. En el marco de la sanción de la *Ley de Fomento del Libro y la Cultura N° 25.446* (27 de junio de 2001 – promulgada parcialmente el 25 de julio de 2001) algunos artículos del *título IV Fomento de la Industria Editorial* que establecían régimen impositivo fueron observados por el Poder Ejecutivo Nacional y por lo tanto, no entraron en vigencia. Uno de ellos fue el art. 11 que establecía que *La producción y comercialización de libros estará exenta del Impuesto al Valor Agregado en todas sus etapas*.

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

La producción total de libros para el período 1970-79 superó los 312 millones de ejemplares. Sin embargo, tras el inicio de la última dictadura militar esta industria sufrió una fuerte caída, pasando de los 41 millones de ejemplares en 1976 a los 31 millones en 1979¹⁸. Esta etapa se cerró con el regreso a la democracia en 1983; no obstante, la política implementada por la dictadura militar tuvo consecuencias: clausuró la renovación editorial que se había operado en la década de 1960. Con la llegada del gobierno democrático parecía abrirse un período muy promisorio para el sector - entre otras cuestiones porque regresaron a Argentina muchos editores que se habían exiliado, en España y en México, fundamentalmente -; sin embargo, los acontecimientos posteriores estuvieron muy lejos de las expectativas planteadas. Por otro lado, la inestabilidad económica en la segunda mitad de los años ochenta generó dificultades en la cadena de comercialización. Merece destacarse entonces que durante el período 1980 - 89 se produjeron casi 176 millones de libros¹⁹, muy por debajo de la cantidad de ejemplares producidos en el período 1970-79.

Desde fines de la década de 1980 comenzaron paulatinamente a aparecer las tendencias que se expresaron en materia de producción, comercialización, concentración y extranjerización del sector editorial en nuestro país a partir de los años noventa. En tal sentido, resulta de interés considerar que en el marco de las modificaciones en materia económica que tuvieron lugar en Argentina en esos años se produjo la venta de editoriales, su fusión o incorporación a grupos empresariales fundamentalmente multimedia. Ahora bien, es fundamental poner de relieve, por un lado, que estas transformaciones en el sector editorial acompañaron el ciclo de la concentración - extranjerización desarrollado en el conjunto de economía doméstica y por otro, que el proceso de adquisiciones en la industria editorial se dio a nivel mundial.

Considerando el aspecto tecnológico, de manera equivalente a lo que había sucedido en la década de 1950 con la revolución del offset, el sector comenzó a experimentar desde fines de los años ochenta importantes cambios que cristalizaron en los inicios de los noventa. El proceso productivo que se hacía de manera analógica pasó a hacerse de manera digital con el consiguiente abaratamiento de costos.

¹⁸ *Informe Centro de Estudios para la Producción*, op. cit., pp. 62 y 63.

¹⁹ *Ibidem*, p. 63.

Al mismo tiempo, es necesario resaltar que los grupos han requerido del negocio editorial una rentabilidad similar a la de sus otras empresas componentes fijando tasas de ganancia de entre 10% y 15%; tres o cuatro veces mayor a las manejadas históricamente por la actividad editorial. Los grandes grupos multimedia empezaron a incorporar, entonces, en el área de “ocio y entretenimiento” al producto “libro”²⁰. Los conglomerados han tendido a imponer la idea de que cada título debe tener rentabilidad propia en detrimento del criterio de que los de mayor venta subvencionan a otros destinados a un pequeño segmento de mercado; siendo esto de particular interés para la comprensión del funcionamiento actual del sector editorial en tanto es en ese espacio de mercado no favorable para la producción en gran escala²¹ donde se han insertado las microempresas y pymes editoriales, uno de los polos de la ya referida polarización.

Los cambios señalados en las líneas anteriores se produjeron en el contexto de una crisis mundial del sector. La aceleración del nivel de renovación de la industria editorial, la ampliación de mercados que provocó la globalización y el aumento de la velocidad de compra se destacan como notas distintivas de los problemas de la producción editorial a nivel internacional. Por otra parte, lo ya publicado se ha ido volviendo obsoleto por la generación de nueva información en forma de libros y una demanda altamente diversificada ha presionado hacia la baja los niveles de venta tradicionales. Existen, igualmente, otros factores que han influido en la crisis editorial; ellos son el fenómeno de la fotocopia, la reprografía ilegal, la difusión de la información en línea, el video-texto y las obras de referencia en CD-Rom, entre otros²².

En cuanto a la reconfiguración del sector en Argentina el grupo colombiano *Norma* - de capitales mayoritariamente españoles - que había arribado ya en 1991 con la compra de la editorial *Tesis*, en 1994 adquirió *Kapelusz*. En cuanto a los capitales que llegaron desde España en los años

²⁰ Getino, Octavio, *El capital de la cultura. Las industrias culturales en la Argentina*, Ediciones CICCUS, Buenos Aires, 2008, p.77.

²¹ Penrose, Edith, *The Theory of the Growth of the Firm*, Bacioc Blackwell, Oxford, 1959.

²² Rama, Claudio, *Economía de las industrias culturales en la globalización digital*, Eudeba, Buenos Aires, 2003, pp. 125 y 126.

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

noventa, la compra de *Javier Vergara editores* por *Ediciones B* (empresa controlada por el *Grupo Z*) fue muy significativa. *Galerna* devino en una cadena de librerías y editó parte de su catálogo en asociación con la firma española *Libsa*. Por su parte, el *Grupo Planeta*, lideró el mercado con un 12,3 % de las ventas, hasta que la compra de la editorial *Emecé*, producida en el año 2000, elevó ese porcentaje a un 20 %. Las empresas editoriales que integraban también este grupo en ese entonces eran *Seix Barral*, *Ariel*, *Espasa-Calpe*, *Crítica*, *Temas de Hoy*, *Destino*, y *Martínez Roca*, entre otras. En el 2003 *Paidós* - con sucursales en México y España - negoció su venta a *Espasa Calpe*. *Sudamericana* fue adquirida en 1998 por el *Grupo Random House Mondadori*²³, que contaba ya con editoriales de renombre como *Lumen*, *Grijalbo* y *Plaza & Janés*. *Random House* llegó a la Argentina vía España, pero la mayor parte de sus acciones las posee el *Grupo Bertelsmann*, de origen Alemán²⁴. Otra de las editoriales consideradas emblemáticas de la Argentina como *El Ateneo* fue comprada en 1998.

Por su parte, el *Grupo Prisa Santillana* - que manejaba editoriales como *Aguilar*, *Altea*, *Taurus*, y *Alfaguara* - cobró mucha importancia en los años noventa. Estos conglomerados de empresas llegaron a controlar a datos del año 2005 cerca del 75 % del mercado argentino²⁵. A fines de 1998 la mayoría de los paquetes accionarios de las editoriales jurídicas locales como *Abeledo* - *Perrot* y *Depalma* fueron adquiridos por la División Legal de la Empresa *Reed Elsevier* de capitales anglo - holandeses y líder mundial en publicaciones y proveedores de información sobre leyes, jurisprudencia y doctrina. El sello *La Ley* pasó a formar parte del grupo *Thomson Reuters* de capitales canadienses y británicos en el año 2000²⁶. Es de interés señalar en este punto que si bien en menor medida después del 2000 siguieron produciéndose adquisiciones; por ejemplo, el grupo *Macmillan* compró editoriales dedicadas a la producción de libros para la enseñanza como *Puerto de Palos* en el 2006 y *Estrada* en el 2007²⁷. Los

²³ Kolesnicov, Patricia, “¿Quiénes deciden qué libros se leen hoy en la Argentina?”, Diario *Clarín*, 5 de diciembre de 2002. Versión digital.

²⁴ Rama, Claudio, op. cit., p. 129.

²⁵ *Informe Centro de Estudios para la Producción*, op. cit., p. 65.

²⁶ *Ibidem*, p. 79.

²⁷ Román, Viviana, “Las microempresas y pymes editoriales argentinas frente al desafío de la promoción, venta y distribución de libros a fines del siglo XX y

conglomerados aprovecharon el conocimiento del mercado de los editores locales, proyectándose además al mercado latinoamericano.

En cuanto a la relación de la producción de libros con los grupos multimedia argentinos, cabe resaltar que hacia el 2004 el *Grupo Clarín* encomendó a Beatriz Tornadú²⁸ - reconocida editora local que había sido cofundadora de *Aique* – la creación del sello *Tinta Fresca* dedicado a la producción de libros de texto, diccionarios escolares y ensayos pedagógicos.

Con relación al desempeño del sector en los años noventa, la producción editorial fue mucho mayor que la que había tenido lugar en la década anterior. El número de títulos registrados se duplicó y las investigaciones indican mayoritariamente que la cantidad de ejemplares creció dos veces y media, superando los guarismos de los años setenta. Ahora bien, teniendo en cuenta otra perspectiva²⁹ es posible afirmar que si estos datos se corrigieran por el crecimiento de la población, se llegaría a la conclusión de que el nivel de producción a principios de la década del 2000 sería similar o levemente superior al de la década de 1970. En esta argumentación se considera, también, que si se contrasta el crecimiento de títulos registrados con el volumen de ejemplares editados, se observa una progresiva caída en el promedio de las tiradas: se pasó de 7.000 ejemplares en 1992 a menos de 5.000 en 2001. La pérdida de economías de escala a partir de la disminución de las tiradas sería uno de los factores que influyeron en el incremento del precio de los libros durante la aplicación de la Ley de Convertibilidad.

En los años 2001/2002, con la situación de profunda crisis económica de la Argentina, el sector editorial se vio seriamente afectado en cuanto a producción y venta. Con la devaluación del 2002 el precio de los libros importados se multiplicó hasta dos veces y medio, y asimismo hubo aumentos en el precio de los libros nacionales, pues la producción

principios del siglo XXI^o, en *Revista História Econômica & História de Empresas*, Associação Brasileira de Pesquisadores em História Econômica (ABPHE), Brasil, 2015. pp. 427-456, p. 435.

²⁸ Entrevista a Beatriz Tornadú, editora co fundadora de *Aique*, organizadora del sello *Tinta Fresca*, Buenos Aires, 30 de enero de 2014.

²⁹ Perelman, Pablo, *Industria de generación de contenidos y bienes culturales*, CEDEM, Buenos Aires, 2003, p. 21.

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

local necesita insumos - papel y tintas, por ejemplo – cuyos precios se fijan conforme a los mercados internacionales. De todas formas, el libro elaborado en nuestro país se convirtió en un producto económicamente accesible para el mercado hispanoparlante. Conforme a datos de la CAL, el fin abrupto de la convertibilidad, la profundización de la recesión, la devaluación y la inmovilización de los depósitos en el sistema financiero, introdujeron fuertes cambios en el desempeño de la industria editorial³⁰. Tomando en consideración los años que van desde el 2002 hasta el 2008 la industria del libro registró una recuperación de su actividad, pero desde el 2009 la industria editorial de Argentina acusó los efectos de la crisis global iniciada el año anterior. No obstante, el sector se recuperó relativamente a lo largo del 2010 y según datos de la CAL³¹ la cantidad de ejemplares publicados entre 2003 y 2015 alcanzó su pico máximo en el 2014.

Finalmente, esencial es señalar que como contrapartida del proceso de concentración – extranjerización antes descripto creció la fundación de editoriales chicas de capital nacional que se enfocaron en algún área o temática, se insertaron en un nicho de mercado y aprovecharon su estructura mínima y su flexibilidad³². Dos elementos se revelan, por lo tanto, fundamentales; por un lado, la permanencia de este segmento empresarial a lo largo del tiempo: desde los inicios de la configuración del complejo editorial local. Por otro, su multiplicación en el escenario planteado desde fines del siglo XX. Queda entonces puesta de manifiesto la polarización que ha caracterizado desde los años noventa al sector y su complejidad histórica.

³⁰ Getino, Octavio (2008), op. cit., pp. 72 a 74.

³¹ *Informe Anual de Producción del Libro en Argentina 2015*, Cámara Argentina del Libro (CAL), Buenos Aires, 2016.

³² Sobre el dinamismo y la flexibilidad de las firmas más chicas puede verse Piore, Michael y Sabel, Charles, *La segunda ruptura industrial*, Alianza, Argentina, 1984, pp. 29 y 435, y Julien, Pierre A., “Las pequeñas empresas como objeto de investigación: algunas reflexiones acerca del conocimiento de las pequeñas empresas y sus efectos sobre la teoría económica”, en Kantis, Hugo (Ed.), *Desarrollo y gestión de pymes. Aportes para un debate necesario*, Instituto de Industria – UNGS, Buenos Aires, 1998, pp. 25-45. pp. 35 y 37.

En tal sentido, los artículos contenidos en el dossier sobre el desarrollo de la industria editorial en Argentina y en algunos mercados de lengua castellana, que constituye este VIII número del Anuario del Centro de Estudios Económicos de la Empresa y el Desarrollo (CEEED), analizan algunas particularidades y tópicos del recorrido histórico precedentemente presentado. Autores especializados en el análisis histórico de la edición, de las empresas editoriales en nuestro país, de los principales mercados editoriales en castellano y del estudio de la conformación de las editoriales universitarias han colaborado con trabajos. Ellos dan cuenta de la construcción del mundo editorial argentino, de la publicación periódica “Los Pensadores” editada por Antonio Zamora (*Claridad*), de los inicios del asociacionismo en el sector local, de las instituciones y estrategias empresariales del sector editorial en castellano durante la denominada “Edad Dorada” y de la profesionalización de las editoriales universitarias.

Sobre empresas editoriales, sus colecciones, estrategias empresariales, editores, asociacionismo empresarial y edición universitaria

Organizados cronológicamente el primer artículo incluido en este número del Anuario CEEED es el trabajo de Beatriz Valinoti, en él se indaga la organización del espacio editorial argentino en las primeras décadas del siglo XX. La autora sostiene que ello acontece en el contexto de la expansión del mercado de los libros de bajo costo, con la existencia de un público lector ampliado y la adquisición de la lectura como una habilidad específica. Desde esta perspectiva, entiende al libro como un objeto de doble faz: económico y simbólico, en tanto mercancía y significación. En el artículo se señala que a través de un desarrollo de largo plazo este objeto *vinculado a los miembros más poderosos y acomodados de la sociedad alcanzó a amplios sectores de la población*, en esta senda fue pasando *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*.

Este proceso estuvo ligado a las transformaciones tecnológicas planteadas en párrafos anteriores. Valinoti afirma que se produjeron cambios tanto en las técnicas de fabricación como en los métodos de distribución; el resultado fue la disponibilidad de abundantes libros baratos con una marcada bibliodiversidad.

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

Por su parte, Florencia Paine Ubertalli Steinberg en su trabajo analiza la publicación periódica *Los Pensadores* editada entre 1922 y 1924 por la *Editorial Claridad*. En él se plantean algunas hipótesis sobre los objetivos estratégicos de esta publicación en lo que a educación de los sectores populares se refiere. Conforme a lo que indica la autora su editor, Antonio Zamora, se propone reponer determinados contenidos culturales que les han sido expropiados a dichos sectores populares e instalar la lectura de libros, al ser ellos portadores de status social.

Asimismo, el artículo destaca centralmente que la aparición de esta publicación constituyó el debut editorial del mencionado Zamora, inmigrante de origen español, socialista, que fundó una de las más importantes firmas de edición de libros en Argentina de la primera mitad del siglo XX: la ya aludida *Cooperativa Editorial Claridad*. La investigadora afirma que las *experiencias “zamoristas”* integraron *la batería de iniciativas pedagógicas llevadas a cabo por el Partido Socialista durante la primera mitad del siglo XX como la Universidad Luz, la Biblioteca Obrera y otras bibliotecas populares*. En consonancia con lo planteado en el artículo de Valinoti para el mismo período, Ubertalli Steinberg enfatiza en su análisis que el origen de la colección en estudio se inscribe en un escenario que alguna literatura ha incluido en el concepto más amplio de “modernización”: se trata de la incorporación de inmigrantes europeos a la sociedad y la cultura argentina, del crecimiento de los índices de alfabetización, de la ampliación del mercado de trabajo *con su consiguiente vertebración de un movimiento obrero* y, especialmente, del proceso de incorporación de gran cantidad de población al mundo de la lectura.

En la continuidad de este recorrido por tópicos de importancia para la Historia de la industria editorial en Argentina Alejandra Giuliani en su artículo “*El Primer Congreso de Editores e Impresores Argentinos (1938)*” analiza los objetivos y las problemáticas que sus protagonistas trataron en el transcurso de su desarrollo. Estudia, por lo tanto, sus resoluciones y consecuentemente, sus congresales son de especial interés para la autora. Considera que este primer congreso tuvo lugar en un año que se constituyó en punto de inflexión para la composición del conjunto de las editoriales que operaban en ese momento en Argentina.

El trabajo se ocupa entonces de indagar la complejidad del campo editorial de la época y de la manera en que ella quedó reflejada en el referido congreso. La idea de un colectivo de editores que pretendían constituirse en interlocutores válidos frente al Estado atraviesa el análisis y, desde este encuadre, Giuliani toma el congreso en cuestión como punto de partida de lo que luego cristalizó en el asociacionismo empresarial expresado en la Cámara Argentina del Libro (CAL) a partir de 1941.

Desde un estudio comparativo que involucra procesos de internacionalización empresarial María Fernández Moya, en su artículo *“Instituciones y estrategias empresariales. El sector editorial en castellano en la edad dorada”*, explora las claves explicativas de la evolución del sector editorial en castellano en Europa y América durante buena parte del siglo XX. En esta dirección el trabajo se concentra en la reconstrucción del desarrollo de los sectores editoriales argentino, mexicano y español entre 1950 y 1973.

La autora resalta que la investigación de este período es clave para entender la industria editorial actual, la pesquisa se aboca al estudio de la relación entre esos sectores, revisando la competitividad y la colaboración en sus actuaciones, su conexión con el sector editorial internacional, los principales actores participantes del proceso y los factores que influyeron en las estrategias empresariales implantadas por las principales editoriales. La Escuela de Uppsala en cuanto a internacionalización de empresas y las teorías que le otorgan importancia a las instituciones en la actividad empresarial son los desarrollos conceptuales a partir de los cuales se abordan las cuestiones tratadas en el artículo.

Complementando el análisis de empresas, empresarios, asociacionismo empresarial y colecciones presentado hasta aquí el trabajo de Flavia Costa y Leandro de Sagastizábal se centra en el estudio de las editoriales universitarias y los caminos de la profesionalización en ellas.

Se concentran, desde este enfoque, en la indagación de algunos elementos vinculados al proceso de profesionalización en las editoriales de las universidades nacionales en la última década. La creación de instancias de asociación, la integración de espacios con creciente visibilidad en las organizaciones representativas del sector editorial, la participación en ferias locales e internacionales, la promoción de capacitación y forma-

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

ción de sus integrantes, además de la producción de libros de calidad se constituyen, según los autores, en indicadores del grado de madurez que las instituciones en estudio han ido desarrollando.

En el artículo, se pone de relieve el papel fundamental que el Estado ha tenido en el proceso; contextualizándolo en el marco de la producción editorial del período, de la actividad académica universitaria y de la vida cultural de la comunidad. En esta línea de interpretación, Costa y de Sagastizábal identifican problemáticas que han estado presentes en las editoriales universitarias en los últimos años y analizan un conjunto de estrategias puestas en práctica como respuesta a ellas.

En síntesis, los artículos incluidos en el dossier realizan una serie de contribuciones a la Historia de la industria editorial. En el trabajo de Valinoti se muestra el proceso de crecimiento del sector a principios del siglo XX vinculado también a los sectores populares en tanto consumidores de libros, apareciendo la doble condición de este bien: económico y simbólico. Por lo tanto, queda puesta de manifiesto la idea de propender hacia el lado de lo literario o hacia el lado de lo comercial³³. De allí, la tensión generada entre economía y cultura, el difícil equilibrio entre estos dos elementos conjugados en los bienes culturales y la manera en que cada actor (editor - empresario) soluciona la tensión. En similar perspectiva, Ubertalli Steinberg afirma respecto de Antonio Zamora que además del proyecto pedagógico, conoce los aspectos empresariales del trabajo en editoriales y por ello, sostiene que *por lo menos durante las dos primeras décadas de la editorial, los móviles pedagógico-militantes serán predominantes, mientras que los aspectos más empresariales, sin dejar de tener un lugar destacado, funcionarán fundamentalmente como subsidiarios de los primeros*.

El artículo de Giuliani acierta al visibilizar las demandas de los actores del mundo editorial frente al Estado y la importancia de las políticas estatales hacia el sector que nos convoca. El estudio de los orígenes del asociacionismo empresarial editorial a través del análisis de los documentos y resoluciones del Primer Congreso de editores e impresores de 1938 permite entender algunas particularidades de largo plazo que se expresan hasta la actualidad en las entidades camerales del sector. Fernández Moya hace sus aportes desde la elaboración de un estudio comparado de

³³ Bourdieu, Pierre, *Intelectuales, política y poder*, Eudeba, Buenos Aires, 2006, p. 224.

mercados editoriales en castellano de diferentes escalas y características: España, México y Argentina.

Paralelamente, la autora aborda el tema desde el enfoque de la Historia de Empresas y esto se constituye en una contribución significativa teniendo en cuenta que el sector editorial en castellano - y especialmente, en nuestro país - ha sido mayoritariamente analizado desde la Historia Cultural, la Literatura y la Bibliotecología. Sin dejar de lado las valiosas conclusiones generadas desde ese enfoque y esas disciplinas es relevante expresar que la Historia Económica y la Historia de Empresas complementan la mirada sobre el mundo editorial complejizando aún más su análisis. Costa y de Sagastizábal, por su parte, abordan un tema novedoso – las Editoriales Universitarias - vinculado a la Historia reciente y que registra escasos análisis desde la literatura especializada. Revisar las estrategias de profesionalización en estas organizaciones resulta de particular interés, entre otras cuestiones, porque ellas se despliegan en el marco de instituciones de formación de profesionales.

Por último, la reseña que hemos incluido en este número refiere al aspecto de la comercialización de libros. *Librerías* de Jorge Carrión ha sido reseñado por Mariana Kunst, quien se ha concentrado principalmente –pero, no exclusivamente- en el capítulo correspondiente a las cadenas de librerías a nivel mundial, su surgimiento, su desarrollo y finalmente, su inserción e importancia en el mercado actual. Se ha teniendo en cuenta que ellas han llegado a controlar la mayor parte de la comercialización de las publicaciones. Además, en términos generales, la obra reseñada instala en agenda el rol del Estado en la preservación de las librerías y con ellas, de la función que desempeñan no sólo en términos económicos sino también desde el plano de lo simbólico.

Bibliografía

Aguado, Amelia, “1956 – 1975. La consolidación del mercado interno”, en de Diego, José Luis (dir.) *Editores y políticas editoriales en Argentina (1880-2000)*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires/ México 2006, pp. 125-162.

Bourdieu, Pierre, *Intelectuales, política y poder*, Eudeba, Buenos Aires, 2006.

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

de Diego, José Luis, “1976 – 1989. Dictadura y democracia: la crisis de la industria editorial”, en de Diego, José Luis (dir.), *Editores y políticas editoriales en Argentina, 1880 – 2000*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2006, 163-207.

de Diego, José Luis, “1938- 1955. La ‘época de oro’ de la industria editorial”, en de Diego, José Luis (dir.) *Editores y políticas editoriales en Argentina, 1880 – 2000*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2006, pp. 91-123.

de Sagastizábal, Leandro, *La edición de libros en la Argentina*, EUDEBA, Buenos Aires, 1995.

Eujanián, Alejandro, Eujanián, Alejandro, “La cultura: público, autores y editores”, en Marta Bonaudo (Dir.), *Nueva Historia Argentina, Liberalismo, Estado y orden burgués (1852–1880)*, Tomo 4, Sudamericana, Buenos Aires, 1999, pp. 545 - 605.

García, Eustasio A., “Historia de la empresa editorial en Argentina. Siglo XX”, en Cobo Borda, Juan Gustavo (ed.), *Historia de las empresas editoriales en América Latina, Siglo XX*, Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLALC), Colombia, 2000.

Getino, Octavio, *El capital de la cultura. Las industrias culturales en la Argentina*, Ediciones CICCUS, Buenos Aires, 2008.

Getino, Octavio, *Las industrias culturales en la Argentina*, Colihue, Buenos Aires, 1995.

Julien, Pierre A., “Las pequeñas empresas como objeto de investigación: algunas reflexiones acerca del conocimiento de las pequeñas empresas y sus efectos sobre la teoría económica”, en Kantis, Hugo (Ed.), *Desarrollo y gestión de pymes. Aportes para un debate necesario*, Instituto de Industria – UNGS, Buenos Aires, 1998, pp. 25-45.

Penrose, Edith, *The Theory of the Growth of the Firm*, Bacioc Blackwell, Oxford, 1959.

Perelman, Pablo, *Industria de generación de contenidos y bienes culturales*, CEDEM, Buenos Aires, 2003.

Piore, Michael y Sabel, Charles, *La segunda ruptura industrial*, Argentina, Alianza, 1984.

Rama, Claudio, *Economía de las industrias culturales en la globalización digital*, Eudeba, Buenos Aires, 2003.

Román, Viviana, “Las microempresas y pymes editoriales argentinas frente al desafío de la promoción, venta y distribución de libros a fines del siglo XX y principios del siglo XXI”, en *Revista História Econômica & História de Empresas*, Associação Brasileira de Pesquisadores em História Econômica (ABPHE), Brasil, 2015, pp. 427-456.

Romero, Luis Alberto, “Buenos Aires en la entreguerra: libros baratos y cultura de los sectores populares”, en Armus, Diego, *Mundo urbano y cultura popular*, Editorial Sudamericana, Buenos Aires, 1990, pp. 41-67.

Fuentes

Código Civil de la República Argentina en vigencia hasta el primero de agosto de 2015. Ediciones varias.

Constitución de la Nación Argentina. Texto ordenado por la Convención Nacional de 1994, Buenos Aires, Editorial Estudio, 1996.

Entrevista a Beatriz Tornadú, editora co fundadora de *Aique*, organizadora del sello *Tinta Fresca*, Buenos Aires, 30 de enero de 2014.

Entrevista a Alberto Díaz, en el momento de su realización Director Editorial de Emecé y Director a cargo de los Sellos Seix Barral y Destino, todos pertenecientes al Grupo Planeta. Buenos Aires, 25 de Junio de 2009.

Entrevista a Elisa Rando, editora del Centro Editor de América Latina (CEAL), de Editorial Granica y de Losada, Buenos Aires, 26 de mayo de 2009.

Informe Anual de Producción del Libro en Argentina 2015, Cámara Argentina del Libro (CAL), Buenos Aires, 2016.

Informe Centro de Estudios para la Producción, “La industria del libro en Argentina”, Argentina, 2005.

Kolesnicov, Patricia, “¿Quiénes deciden qué libros se leen hoy en la Argentina?”, *Diario Clarín*, 5 de diciembre de 2002. Versión digital.

Ley N° 25.446. *Ley de Fomento del Libro y la Cultura*, 2001.

Ley N° 20.631. *Ley del IVA*, 1975. Modificaciones posteriores Ley N° 23.349.

Ley N° 20.380. *Ley del libro*, 1973.

Ley N° 11.723, *Régimen Legal de la Propiedad Intelectual*, 1933.

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

Peño, Felito y Juancito forman una sociedad para fundar una revista bi-trimestral ilustrada.

Peñito será director y pondrá la parte literaria, o sea las tijeras, el engrudo y su firma.

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

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

CARBONERÍA

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

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

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

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

El primer número, tiraremos con mil ejemplares, porque el que sombra recoge... si no hay quien le entallas.

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

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

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

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

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

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

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

Se unifica con otros los problemas y apremios, si no nos dan plata de arriba y nos ayudan a «El Alarido».

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

Nadie nos hará empuñete! (Nadie romperá nuestras plumas! Para eso sabemos manejar el sable.

¡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 los 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.

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

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 Kapelusz 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. Edito 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.

Los Pensadores: educación en hábitos y contenidos (1922-1924)

Florencia Paine Ubertalli Steinberg
(UBA-UNPaz-Biblioteca Nacional)

Resumen

En este artículo se analiza la publicación periódica *Los Pensadores* editada entre 1922 y 1924 por la editorial Claridad. Se esbozan algunas hipótesis respecto a los objetivos estratégicos de la propia publicación en materia de educación de los sectores populares: no solo reponer determinados contenidos culturales que les han sido expropiados, sino también instalar la lectura de libros, en tanto portadores de un mayor status social. Con esta perspectiva, se analizan los títulos de la colección, identificando en la selección de los textos algunas líneas ideológicas características de la publicación.

Palabras Claves

Sectores populares; educación; hábito; status; lectura.

Los Pensadores: contents and habits education (1922-1924)

Abstract

This article analyzes the periodical publication *Los Pensadores*, issued by the publishing house “Claridad” between 1922 and 1924 and formulates some hypothesis regarding its strategic objectives. These objectives were related to the education of the popular sectors of society and encompassed the reinstatement of cultural contents to these neglected sectors and the development of the habit of reading as a means of increasing social status. Some titles of the collection are analyzed under this perspective, identifying the selection with the publication’s ideology.

Keywords

Popular sectors; education; habit; status; reading.

Introducción

Los Pensadores fue una publicación periódica de diversas obras de variado género en un soporte tipo folleto que contó con 100 números de alrededor de 35 páginas cada uno. Su aparición el 20 de febrero de 1922, constituyó el debut editorial de Antonio Zamora. Inmigrante español de adscripción socialista, fundará una de las más grandes empresas en lo que a edición de libros respecta durante la primera mitad del Siglo XX: la Cooperativa Editorial *Claridad*. Esta editorial publicará más de 1000 títulos fundamentalmente durante las décadas del '20 y el '30, como parte de una estrategia de difusión de la alta cultura universal entre los sectores populares. Se tratará de un corpus variado de libros que incluirá un crisol de géneros y temas (cuentos, novelas, poesías, textos de divulgación científica, jurídicos, de teoría política, económica, filosófica, etc.), y de autores de muy diversas partes del mundo. En este sentido, *Los Pensadores* consistirá en una suerte de antesala de la editorial *Claridad*. Asimismo, ambas experiencias “zamoristas” pueden incluirse dentro de la batería de iniciativas pedagógicas llevadas a cabo por el Partido Socialista durante la primera mitad del siglo XX como la Universidad Luz, la Biblioteca Obrera y otras bibliotecas populares. Todas ellas encuentran su razón de ser en una particular concepción del cambio social: el progreso individual es entendido como condición del progreso social general, atribuyendo a la educación un papel central en este proceso.

El origen de la colección *Los Pensadores* se inscribe en un contexto signado por un conjunto de fenómenos novedosos que algunas lecturas posteriores han englobado en el concepto más amplio de “modernización”: la paulatina (y no poco resistida por algunos sectores) incorporación de inmigrantes europeos a la sociedad y la cultura argentina, el drástico crecimiento de los índices de alfabetización, la ampliación del mercado de trabajo con su consiguiente vertebración de un movimiento obrero y, fundamentalmente, el inicio del proceso de incorporación de numerosa población al mundo de la lectura. En este sentido, los periódicos y las revistas fueron los dispositivos por excelencia que posibilitaron a los nuevos sectores letrados la primera aproximación al hábito de la lectura. Además, su circulación abrió el camino para la edición de libros en nuestro país que

se afianzará, justamente, de la mano del periodismo¹. La propia biografía de Zamora es elocuente al respecto. Alrededor de los 20 años comenzó a trabajar en el diario *Crítica* como corrector de prueba, y durante su trabajo allí perfeñará *Los Pensadores*. En una entrevista brindada en 1975 se refiere al contexto que lo inspiró:

“La historia de la editorial comenzó con la publicación de una colección de libros económicos titulada *Los Pensadores* [...]. La idea nació un día en que estaba corrigiendo un libro en los talleres de *Crítica*. Yo llevaba un libro para leer que era *La Confesión* de Tolstoi. Mientras esperaba las pruebas se me ocurrió hacer algunos cálculos: ¿cuántas líneas tenía ese libro? Comprobé que el libro de 380 páginas podía entrar con un cuerpo chico, en un folleto de 32 páginas a 2 columnas. Los libros, en esa época, eran muy caros. Con la edición que imaginé, el precio se pondría accesible para la gente de pueblo. Así que me fui a una imprenta que había frente a *Crítica*, los talleres Vitelli y pedí un presupuesto. Hablé con la gente de reventa de *Crítica*, les pareció linda idea y con el propósito de ayudarme hablaron con los kioscos. Tenía 25 años. Así fueron apareciendo aquellos libros de la literatura argentina y universal, hasta el número 100”.²

Además de manifestar el vínculo entre el primer contacto de Zamora con el universo editorial y el mundo del periodismo, este testimonio resulta significativo por otros dos motivos. En primer lugar, Zamora define a *Los Pensadores* como “libros” más allá de que el formato fuera el de un “folleto de 32 páginas a dos columnas”. Volveremos sobre la importancia de este dato que a primera vista parecería ser menor. En segundo lugar, el editor afirma que “los libros, en esa época, eran muy caros”. Sin embargo, si hacemos un breve recorrido por algunas colecciones de ese entonces, más bien nos encontraremos con una numerosa cantidad de ejemplares a la venta a precios similares al de *Los Pensado-*

¹ de Sagastizábal, Leandro, *La edición de libros en la Argentina*, Eudeba, Buenos Aires, 1995, pp. 38 y 39.

² Corbier, Emilio J., “Recuerdos de Antonio Zamora” en *Todo es Historia*, N° 172, septiembre de 1981, p. 38.

res. Entonces ¿por qué Zamora afirma que eran muy caros y por ende inaccesibles para “la gente de pueblo”? ¿Acaso no conocía las colecciones de “libros baratos” que circulaban en ese entonces? Creemos que lejos de ignorarlos, se inspiró en la crítica a esas mismas iniciativas para diseñar un proyecto editorial cuya originalidad no radicará exclusivamente en el precio.

Por otro lado, y como señaláramos antes, Antonio Zamora no solo fue un editor con convicciones ideológicas sino una figura activa y relevante dentro de las filas del Partido Socialista. Si bien en su juventud adhirió al anarquismo, en 1916 fue uno de los fundadores de la Juventud Socialista Argentina comprendida dentro del Partido Socialista Argentino, fundado por Alfredo Palacios. Éste último se había alejado del Partido Socialista por diferencias ideológicas pero también disciplinarias (batirse a duelo, a pesar de estar prohibido) y se reincorporó en 1928. Zamora lo hizo en 1923 y a lo largo de su vida ocupará varios cargos políticos, siempre dentro del socialismo: fue concejal en la Municipalidad de Quilmes, senador provincial por Bernal en la provincia de Buenos Aires y miembro de la Convención Constituyente de dicha provincia en 1934³. Su compromiso militante explica muchas de sus decisiones y orientaciones editoriales, más allá de que no agoten el tema. Asimismo, además de director de la editorial *Claridad* y de la revista homónima, dirigió el semanario *El Ariete*, en Quilmes y la *Revista Jurídica y Ciencia Popular*; fue autor de un *Diccionario de Sinónimos Españoles* y coordinó la publicación del *Digesto Constitucional Americano y Argentino*⁴. Estas actividades denotan la amplitud de sus emprendimientos dentro del universo de la publicación de libros y publicaciones periódicas, así como también, su interés por las ciencias jurídicas, a pesar de no haber podido realizar estudios universitarios⁵. Sus características lo distinguen de otros editores anteriores o contemporáneos. En primer lugar, se trata de uno de los primeros editores que no pertenecían previamente al mundo intelectual, como es el caso de otros intelectuales y escritores des-

³ Ferreira de Cassone, Florencia, *Claridad y el internacionalismo americano*, Claridad, Buenos Aires, 1998, pp. 83-88.

⁴ Ferreira de Cassone, Florencia, *Ibidem*, p. 88.

⁵ Corbier, Emilio J., *op. cit.*, p. 39.

tacados como Payró, Galvez, Ingenieros o Rojas. En segundo lugar, se trata de un militante político vigorosamente comprometido. Si bien otros editores contemporáneos abrazaron fuertes convicciones políticas que incluso los conducirán a ponerse al frente de sus respectivos proyectos editoriales (Ingenieros, Rojas), no se trataba de militantes orgánicos de un partido político conformado. Esto lo diferencia de otros “advenedizos en el mundo de los libros”⁶ como Gleizer, Glusberg, o Torrendell cuyas editoriales serán contemporáneas a *Claridad*. Asimismo, cabe destacar que Antonio Zamora participó en calidad de organizador del Primer Congreso de Editores e Impresores Argentinos (CEI), realizado en Buenos Aires en 1938. Los participantes de este Congreso se convertirán en Socios Fundadores de la Sociedad de Editores Argentinos, luego derivada en la actualmente conocida Cámara Argentina del Libro.⁷ Este dato pone de manifiesto que, además del proyecto pedagógico, Zamora no desconocía los aspectos más empresariales del trabajo editorial. Sin embargo, no invalidan nuestra hipótesis fundamental: por los menos durante las dos primeras décadas de la editorial, los móviles pedagógico-militantes serán predominantes, mientras que los aspectos más empresariales, sin dejar de tener un lugar destacado, funcionarán fundamentalmente como subsidiarios de los primeros.

Ni intelectual de renombre, ni mero empresario, este perfil original de Zamora constituye uno de los elementos fundamentales para entender por qué se convirtió en el mentor de uno de los emprendimientos editoriales más significativos de la época, en términos políticos, sociales y culturales.

⁶ de Diego, José Luis, “Políticas editoriales y políticas de lectura”, en *Anales de la educación común*, Tercer Siglo, Año 3, julio de 2007, p. 2 de la versión digital disponible en: http://servicios.abc.gov.ar/lainstitucion/revistacomponents/revista/archivos/anales/numero06/archivosparaimprimir/6_dediego_st.pdf

⁷ Giuliani, Graciela Alejandra, “La emergencia de estrategias editoriales colectivas en Argentina: El Primer Congreso de Editores e Impresores Argentinos (1938)”. Ponencia presentada en las Primeras Jornadas sobre la Historia de las Políticas Editoriales en la Argentina, realizadas en el Museo del Libro y de la Lengua-Biblioteca Nacional Mariano Moreno, los días 2 y 3 de julio de 2015. Disponible en <http://museo.bn.gov.ar/media/page/alejandra-giuliani.pdf>

El contexto editorial

Si bien la primera iniciativa editorial argentina será la llevada a cabo en el Siglo XIX por Navarro Viola, será en los albores del siglo XX cuando salga a la luz la *Biblioteca La Nación*. Impulsada por el propio diario *La Nación*, dirigido por Emilio Mitre, marcó un punto de inflexión considerable en lo que a edición de libros en la Argentina respecta. Todo indica que encontró su origen en un problema de índole laboral: la necesidad de darle trabajo a los tipógrafos una vez incorporadas las máquinas linotipo, en el año 1901. Aún así, la iniciativa resultó doblemente novedosa: no sólo se trató de la edición de libros en territorio argentino sino, además, de la “primera conjunción empresa periodística-libro del Siglo XX, en la que un diario se sirve de un *fondo editorial* para generar lectores en la Argentina”⁸. Sin lugar a dudas, este origen facilitó su difusión y el éxito de ventas que registra: a lo largo de sus 20 años publicará ochocientos setenta y cinco títulos y venderá más de un millón de ejemplares.⁹ Si bien la propia colección enuncia como sus principales objetivos la “educación popular”, de Sagastizábal sostiene, a propósito del crecimiento de la población y de la tasa de alfabetización de ese entonces:

“Desde el punto de vista de los diarios, esta ampliación del mercado significaba un riesgo comercial adicional, pues de una demanda estable y previsible se pasaba a otra de mayor riesgo. Para morigerar la incertidumbre se diversificaron las temáticas: suplementos especializados, secciones fijas -como la de deportes- y proyectos complementarios, como precisamente el de la Biblioteca [por la Biblioteca La Nación]. La confluencia libro-periodico tenía también como finalidad comercial asegurar la fidelidad de los lectores”¹⁰.

Esto implicaría la existencia de un móvil centralmente comercial detrás de la aparición de la *Biblioteca La Nación*. En esa misma dirección,

⁸ Wilson, Patricia, *La Constelación del Sur. Traductores y traducciones en la literatura argentina del Siglo XX*, Siglo XXI, Buenos Aires, 2004, p. 47.

⁹ de Sagastizábal, José Luis, op. cit., p. 47.

¹⁰ de Sagastizábal, José Luis, op. cit., p. 48.

en la nota de presentación que acompaña al primer volumen de la colección se refiere a la misma como “destinada a vulgarizar las mejores obras de entretenimiento que ha producido la literatura universal, tanto antigua como moderna”.¹¹ La búsqueda del entretenimiento refuerza la idea de la estrategia comercial detrás del proyecto: se seleccionan obras que, además de pertenecer al canon de la alta cultura universal, pueden proporcionar “entretenimiento” a sus nuevos lectores.

Otras dos iniciativas de relevancia en materia editorial fueron la *Biblioteca Argentina* (1915-1928) dirigida por Ricardo Rojas y la *Cultura Argentina* (1915-1925) dirigida por José Ingenieros. Ambos proyectos se vinculan directamente con las definiciones político-ideológicas de ambos intelectuales y, puntualmente, con sus ideas sobre *lo nacional*. En el caso de *La Cultura Argentina*, se trata, en palabras del propio Ingenieros de “reediciones de obras de ilustres escritores ya fallecidos (Moreno, Echeverría, Alberdi, Sarmiento, Lamas, Andrade, Hernández, Ameghino, Ramos Mejía, Agustín Álvarez)”¹², aunque posteriormente se sumarán autores todavía vivos en ese entonces, fundamentalmente de adscripción positivista. En ese sentido, su empresa proyectará la construcción de un canon literario y de una memoria histórica nacional, acorde con su preocupación de instaurar un programa cultural para la nación por fuera de los circuitos institucionales¹³. A pesar de tratarse de “ediciones populares y baratas”, la colección estará dirigida a un público particular, que se corresponde con aquel sujeto depositario de *lo novedoso* para varios autores de la época: la *juventud* y, más específicamente, la juventud estudiosa. En definitiva, no se trata de “instruir” a nuevos sectores populares sino de disputarle a los dispositivos educativos oficiales el monopolio sobre la formación de la clase dirigente. El móvil es pedagógico, pero de lo que se trata es de for-

¹¹ “A los lectores”, vol. 1, p. III en Wilson, Patricia, op. cit., p. 50.

¹² Ingenieros, José, “Historia de una biblioteca”, en Muñoz, Marisa Alejandra, “José Ingenieros y *La historia de una biblioteca*”, *CUYO, Anuario de Filosofía Argentina y Americana*, N° 15, año 1998, pp. 203-213. Disponible en versión digital: http://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/1611/munozcuyo15.pdf

¹³ Hermida, Carola, “Coleccionar para educar. Acerca de *La Cultura Argentina* (1915-1928)”, en *Estudios de Teoría Literaria, Revista Digital*, Año 1, N° 2, 2012, Facultad de Humanidades-UNMdP. Disponible en versión digital en: <http://fh.mdp.edu.ar/revistas/index.php/etl/article/view/134>

mar a quienes formen, educar a los “maestros”, aportar a la creación de, en términos de Ingenieros, aquella “minoría activa” responsable de conducir intelectual y moralmente a la nación. Por ese motivo, muchos de sus títulos abordan el problema de la escuela primaria, secundaria y universitaria, en tanto aportes a las discusiones que la élite intelectual lleva adelante en torno al modelo educativo argentino. Asimismo, los intelectuales que colaboran con la colección no solo participan en la selección de las obras sino que elaboran los paratextos y notas explicativas que ayudan a contextualizar y comprender el texto, en un registro que emula al de un maestro con sus alumnos. En algunos casos, incluso, se trata directamente de conferencias pronunciadas frente a un auditorio conformado por estudiantes universitarios.¹⁴ Esto no implica que no existiera una vocación “difusora” por parte de Ingenieros, pero sí que no estaba entre sus intenciones, al menos prioritarias, la construcción de un nuevo público lector entre los sectores populares como, a nuestro entender, signó la labor de Antonio Zamora.

Ricardo Rojas, en cambio, apuntó a un público aún más especializado, ya que se trató de la publicación de ediciones críticas. Más allá de las diferencias en torno a algunos de los criterios de selección de los textos, esta diferencia en torno al tipo de edición fue determinante en la decisión de Rojas de no fusionar su proyecto con el de Ingenieros. Rojas partía de una premisa central que justificaba su labor editorial, desarrollada en *La Restauración Nacionalista*: ante la amenaza que representaba el aluvión inmigratorio a la integridad nacional, el sistema educativo se volvía el dispositivo cohesionador por excelencia. Era imperioso implementar un sistema educativo eficaz que lograra neutralizar las iniciativas socialistas y “extranjerizantes”, es decir, fundamentalmente todo aquel entramado de instituciones no oficiales que el socialismo y el anarquismo venían desarrollando desde fines del Siglo XIX (universidades obreras, bibliotecas populares, edición de libros y folletos baratos de títulos extranjeros, periódicos partidarios, etc.). Asimismo, la formación de una conciencia nacional se establecía como una de sus prioridades, y la conciencia histórica el medio por excelencia para construirla. Por ese motivo, *La Biblioteca Argentina*, se proponía ofrecer todos aquellos textos sustanciales para nuestra cultura nacional, en carácter de material didáctico.

¹⁴ Ibidem, p. 24.

El proyecto original de Rojas, fue la publicación exhaustiva de todos los documentos, textos doctrinarios y fuentes de todo tipo del pasado nacional, de manera tal que los estudiosos de la historia argentina pudieran recurrir a esos materiales en busca de fuentes bibliográficas y, además, materiales para la enseñanza de la historia. Esa idea original mutó, finalmente, en una colección dedicada a la difusión de “obras de consagrado valor ideológico o literario”¹⁵ que tuvieran un alto rendimiento educativo. Si bien la iniciativa no fue financiada directamente por el Estado, éste no dejó de ser un actor crucial en lo que respecta al consumo y distribución de la colección: el Estado sería su cliente mayoritario a través de la Comisión Protectora de Bibliotecas Populares, el Consejo Nacional de Educación y el Ministerio de Justicia e Instrucción Pública¹⁶. “De este modo -sostiene Degiovanni- desde su lanzamiento en 1915, la serie de Rojas se convertiría en parte estratégica de una poderosa maquinaria gubernamental de construcción y disciplinamiento del sujeto nacional”¹⁷. Es decir, si bien se trató de ediciones económicas, su principal objetivo consistió en garantizarle insumos a la educación oficial.

A diferencia de Ingenieros, interesado en construir un pasado nacional más “jacobino” y reivindicar la llegada de inmigrantes, Rojas entendía ese pasado ligado a la tradición hispánica y criollista, y completamente contradictorio con la cultura inmigrante. Para legitimar su colección por sobre la de Ingenieros, Rojas recurrirá a la filología moderna y, especialmente, a la crítica textualista. Asimismo, todas las obras publicadas contaban con estudios preliminares que garantizaban la “correcta” comprensión de los textos y los alejaba de la versión “radicalizada” y, por supuesto, “apócrifa” que del pasado nacional presentaba *La cultura Argentina*.

¹⁵ Degiovanni, Fernando, *Los textos de la patria. Nacionalismo, políticas culturales y canon en Argentina*, Beatriz Viterbo Editora, Buenos Aires, 2007, p. 116.

¹⁶ *Ibidem*, p. 116.

¹⁷ He aquí otra diferencia crucial con Ingenieros. Ingenieros mismo describe su desvinculación del editor Lajouane cuando éste recurrió al Congreso para pedir subvencionar la Biblioteca: “Contrariadísimos de que pudiera sospechársenos interesados en el clásico negocio editorial y a las reparticiones públicas, Ramos Mejía y yo avisamos a Lajouane que todo quedaba concluido: y Ramos, personalmente, conversó con varios diputados amigos suyos, pidiéndoles que no despachasen la solicitud”. Ingenieros, José, “Historia de una biblioteca” en Muñoz, Marisa Alejandra, *op. cit.*

Por último, Beatriz Sarlo ubica entre los años 1917 y 1925 el apogeo de las novelas por entregas¹⁸. Se trató de ediciones muy baratas y de gran circulación entre los sectores populares que se comercializaban en ámbitos cotidianos para ellos, como los kioscos de revistas, las estaciones de tren, etc. Generalmente, abordaban los géneros novela sentimental, de aventuras y policial. Además, incorporaron un elemento novedoso: la combinación exitosa de literatura de masas con literatura nacional. Muchos de estos autores nacionales, comenzaron a dedicarse exclusiva y profesionalmente a la producción de estos textos de consumo masivo¹⁹. Asimismo, se trata de todo un universo literario portador de ciertos atributos que lo vuelven atractivo y accesible. En palabras de Sarlo, “demandaban muy poco de su lector y le dieron en cambio bastante: el placer de la repetición, del reconocimiento, del trabajo sobre matrices conocidas”.²⁰

Se identifica en estas publicaciones un objetivo principalmente comercial. Consistió en ofrecer un producto rentable que aprovechara la expansiva demanda de libros de la advenediza población alfabetizada. En consecuencia, no existen pretensiones directamente educativas o pedagógicas, al margen de las apreciaciones que desde la actualidad podamos realizar sobre su impacto en materia de difusión de la cultura letrada.

La estrategia de Antonio Zamora

Aún tomando en cuenta estos diversos antecedentes en lo que a “libros baratos” o “populares” respecta, partimos de considerar a *Los Pensadores* como un producto único en su género. Nuestra hipótesis es que

¹⁸ Sarlo, Beatriz, *El imperio de los sentimientos*, Grupo Editorial Norma, Buenos Aires, 2004, p. 20.

¹⁹ Pierini, Margarita, “Los autores de *La Novela Semanal*, cruces y tensiones en la ampliación del campo literario”, en Pierini, Margarita; Campodónico, Horacio; Cilento, Laura; Grillo, María Victoria; Labeur, Paula, *La Novela Semanal (Buenos Aires, 1917-1927)*, Consejo Superior de Investigaciones Científicas, Madrid, 2004, p. 77. Ver también: Sarlo, Beatriz, “Las revistas y sus escritores” en Sarlo, Beatriz, op. cit., 2004.

²⁰ Sarlo, Beatriz, op. cit., p. 23.

se trata del resultado de una estrategia editorial sumamente innovadora por parte de Antonio Zamora que toma como punto de partida los hábitos y gustos de un determinado sector de la población y potencial público lector, con el objetivo de generar cambios en ese mismo conjunto de hábitos y de gustos. Es decir, se trata de un dispositivo pedagógico en el que los contenidos a transmitir no representan la única dimensión a tener en cuenta. Asimismo, como su “misión” explícita es la de llegar a “iluminar” a la mayor cantidad de lectores populares, los precios baratos resultan una condición *sine qua non* pero aún así, no suficiente.

Ahora bien, ¿qué es lo que tiene de particular esta colección que nos permite elaborar este primer supuesto? Cómo señaláramos anteriormente, *Los Pensadores* fue una publicación periódica y seriada, es decir, que salió a la venta con una frecuencia determinada aunque cambiante²¹ y cada volumen estaba numerado. Su venta se efectuaba fundamentalmente en kioscos de revistas, estaciones de subte y ferrocarriles, espacios de circulación cotidiana para el común de la gente y con una lógica diferente a la de las librerías céntricas de ese entonces²². Si tomamos en cuenta el contexto editorial en el que se inserta, es manifiesto que la naturaleza del soporte y los circuitos de distribución responden fundamentalmente a la necesidad de acceder a un público masivo. Con esa misma búsqueda se relaciona el mantenimiento de los bajos precios que mencionáramos desde un primer momento. El precio de *Los Pensadores* se mantendrá en \$0,20, lo que en ese momento equivalía a dos boletos de

²¹ La publicación originariamente tuvo una tirada quincenal desde el número 1 (20 de febrero de 1922) hasta el número 8 (30 de mayo de 1922). A partir del número 9 (6 de junio 1922) comenzó a salir semanalmente todos los martes (con algún que otro eventual retraso) hasta el número 66 (6 de febrero de 1923) inclusive. Por último, retomó en el número 67 (agosto de 1923) su antigua frecuencia quincenal hasta el número 74 (noviembre de 1923) inclusive para luego pasar a ser mensual desde el número siguiente (75) hasta el número 100.

²² Respecto de las librerías de ese entonces, Sarlo afirma: “A la librería se va a adquirir fragmentos de cultura, a condición de que otros fragmentos ya hayan sido adquiridos antes [...]. El placer letrado de *encontrar un libro* se convierte muy fácilmente en su opuesto: el temor o la intimidación ante la legalidad oculta en el desorden de los estantes” Sarlo, Beatriz, op. cit., p. 35.

tranvía²³. Por otro lado, se trata de publicaciones monográficas, es decir, en cada número se reproduce una obra completa que ocupa alrededor de 32 páginas: una novela corta, un libro de cuentos o de poesías, un ensayo, etc.²⁴ Asimismo, la propia publicación sugería la encuadernación de las obras ofreciendo con insistencia ese servicio en casi todos sus números a partir del 33. De este modo, volvía explícita su intención de metamorfosear dichos folletos a un formato libro, constituyéndose como posibles iniciadores de una biblioteca. Adicionalmente, a partir del número 49 promociona desde sus páginas una novedad editorial: la “Biblioteca popular de obras famosas” de la editorial *Claridad*. El texto que la publicita parece indicar que se trata de un ejemplar encuadernado que reúne cinco obras ya publicadas en *Los Pensadores* en un solo

²³ Según Leandro de Sagastizábal (1995), los ejemplares de la Biblioteca La Nación costaban \$0,50 en rústica y \$1 encuadernados, es decir, incluso en su versión más barata, más del doble que *Los Pensadores*. Por otra parte, “La Novela Semanal” según Margarita Pierini (2004), costó \$0,10 entre 1917 y 1926, mientras se trataba de “un cuadernillo de papel de escasa calidad, de sólo 24 páginas, sin ilustraciones y con poca publicidad”, para luego ascender a \$0,20, cuando aumenta el formato y el número de páginas. Pierini, Margarita, op. cit., p. 49.

²⁴ Encontramos, sin embargo, algunas excepciones: “El sepulcro de los vivos” de Dostoievski será repartido casi en su totalidad entre dos volúmenes (8 y 9), en tanto que una tercera parte más corta se incluirá como epílogo del volumen 10 (“Mis Odios” de Emile Zolá); mientras que el texto “Qué es el arte” de Tolstoi será repartido entre los volúmenes 38 y 39. Con el objetivo de no tener que desdoblarse más obras, en 1924 la editorial sacará a la venta *Los Pensadores. Segunda Serie*, que constará de unos pocos volúmenes de publicación mensual y que incluirá obras más largas que las publicadas en *Los Pensadores* y al doble de su precio: \$0,40. Ambas publicaciones convivirán durante algunos meses.

Por otro lado, algunos volúmenes de *Los Pensadores* incluirán más de una obra del mismo autor o inclusive de diferentes autores. Un ejemplo de esto último lo constituye el volumen 75 en el que se publican dos textos de educación sexual de distintos autores; el número 78 en el que se compilan escritos en torno a la figura de Wagner escritos por Nietzsche, Maclair y D’Annunzio o inclusive casos como el del volumen 89 en el que se incluyen tres textos de tres autores diferentes sin una afinidad temática tan evidente: “Fidelidad” de Mariani, “Leonor” de Tasca y “El honor” de Andreieff. Desde nuestro punto de vista, esta decisión respondería a la necesidad de cumplir siempre con el compromiso de no publicar menos de 32 páginas, compromiso que se resalta en varios números de la colección.

tomo: “Soñadores” de Knut Hamsun; “Generosidad de corazón” de Selma Langerlof; “Los comediantes sin saberlo” de Honorato Balzac²⁵; “El splén de París” de Carlos Baudelaire y “La muerte de Jesús” de Eça de Queiroz. En el número 54 se promociona el segundo tomo de dicha Biblioteca compuesta por otras cinco obras aparecidas en *Los Pensadores*. Es decir, se vuelve a ofrecer obras ya publicadas pero, en esta oportunidad, encuadernadas y como parte de una “Biblioteca”.

Todos estos elementos propios de la colección, nos hacen suponer que a través del consumo de un producto familiar se habría proyectado el acercamiento paulatino por parte de estos sectores a un objeto distinto; un objeto que es entendido como portador de determinado status social del que adolecían los soportes de alta circulación como las publicaciones periódicas o los folletos: el objeto libro. No solo se trata tan solo de difundir determinados contenidos propios de la “alta cultura universal” sino además, un hábito más ajeno a estos sectores como el de la lectura de libros.

Como mencionáramos con anterioridad, la idea de que el progreso individual tanto económico, social como cultural, resulta condición necesaria para la progresiva modificación de las estructuras de clase, será muy propia del ideario socialista a lo largo de toda su historia. Asimismo, será una idea central para definir el clima de época de la década del '20. En este sentido, no es de sorprender que muchas de las leyendas que exhortan a comprar la publicación *Los Pensadores* identifiquen la posesión del objeto con la adquisición de una cualidad positiva por parte del consumidor²⁶. Se

²⁵ En el número 13 de *Los Pensadores* se publica bajo el título de “De la comedia humana” un texto de Balzac. Sin embargo, en la obra original este título no corresponde a un texto específico sino que engloba un numeroso conjunto de obras del autor. “Los comediantes sin saberlo” forma parte de este conjunto, razón por la cual presumimos que, a pesar de la confusión, se trata en ambos casos del mismo texto.

²⁶ Algunos ejemplos podrían ser: “Los lectores habituados a los libros que se leen en tres horas y se olvidan en tres días, tal vez encontrarán en los recuerdos de la casa de los muertos páginas que les resulten pesadas, fatigosas y oscuras. Pero a los que en el arte aman las impresiones fuertes indelebles, les recomendamos la lectura de esta obra [...]. El que lea este libro lo cerrará formándose mejor idea de la humanidad, sintiéndose menos despreocupado por las miserias ajenas y mas animado para soportar las propias” (*Los Pensadores*, N° 8, revés de contratapa); “Los Pensadores serán para los estudiosos un elemento indispensable de

trata de una estrategia propia del flamante discurso publicitario de entonces, que autores como Ezequiel Adamovsky relacionan con el clima de confusión en torno a los “status sociales” que caracterizaron los tiempos del aluvión inmigratorio: “En la Argentina de las primeras décadas del siglo XX, en la que nadie estaba demasiado seguro del lugar social que le correspondía, poseer tal o cual bien [...] se transformaron en formas de determinar «quién era quién»”²⁷. Desde el punto de vista de un militante socialista de ese entonces, el hecho de inculcar exitosamente un hábito y unos contenidos en pos del ascenso social y cultural de amplias mayorías, lejos de ser una iniciativa menor y aislada, adquiere una relevancia política insoslayable.

En el número 68 correspondiente al mes de septiembre de 1923, se comienza a publicitar la primera colección propiamente dicha de la Editorial. Se trata de la biblioteca *Teatro Nuevo*. Poco después se promocionarán la *Biblioteca Científica y Clásicos del Amor*, así como también dos títulos sueltos que más adelante conformarán la biblioteca *Los Nuevos*: “Tinieblas”, de Elías Castelnuovo y “Versos de la calle” de Álvaro Yunque. Asimismo, a partir del número 101 el formato original se verá drásticamente modificado. Si bien la revista seguirá llamándose *Los Pensadores*, la bajada mutará a “Revista de selección, arte, crítica y literatura”, consignando en su editorial: “De acuerdo con los propósitos anunciados ofrecemos hoy *Los Pensadores* transformada en revista de selección

educación y cultura. Esta revista hará asequibles a todo el mundo los beneficios y los goces del trato espiritual con los más grandes genios de la humanidad” (*Los Pensadores*, N° 16, revés de contratapa); “Si usted quiere formarse un criterio de lo que es el Arte, deberá continuar leyendo *Los Pensadores*, que le ofrecerá en breve la explicación del siguiente cuestionario” (*Los Pensadores*, N° 36, revés de contratapa); “Si usted no ha leído *¿Qué es el arte?* de Tolstoi empiece a dudar de su inteligencia” (*Los Pensadores*, Volumen 40, cara interna de contratapa); “Si Ud. es una persona inteligente lea: *La Nueva Ciencia de Curar*” (Número 47, cara interna de contratapa. Se repite en varios volúmenes); “Ninguna persona inteligente debe dejar de leer esta obra” (*Los Pensadores*, Volumen 83, revés de contratapa); “Demuestre su inteligencia leyendo esta obra” (*Los Pensadores*, Volumen 84, cara interna de tapa).

²⁷ Adamovsky, Ezequiel, *Historia de la clase media argentina*, Planeta, Buenos Aires, 2009, p. 69.

ilustrada: de arte, crítica y literatura”.²⁸ Finalmente, la revista pasará a denominarse *Claridad. Tribuna del pensamiento izquierdista* y mantendrá ese nombre hasta su cierre, en la década del ‘40.

Es decir, paulatinamente, lo que comienza siendo una publicación periódica monográfica con aspiraciones de libro, termina desdoblándose en dos direcciones: la edición de libros baratos por un lado, y el de una revista por otro. Este derrotero podría reforzar nuestra hipótesis acerca de que *Los Pensadores* fue una publicación que buscó estratégicamente adaptarse a los hábitos de un público lector advenedizo y que, al alcanzar determinado nivel de instalación entre sus filas, supo mutar en un producto más elaborado. Este elemento la diferencia notablemente de otras colecciones también pretendidamente populares como la Biblioteca La Nación y la Cultura Argentina. No se trataba simplemente de editar libros baratos sino de elaborar una estrategia de promoción entre sectores no habituados al consumo de libros, es decir, ampliar la población dispuesta a consumir esos libros, volverlos accesibles no sólo económicamente sino también culturalmente. Esto podría explicar el porqué de la “confusión” entre libro y folleto presente en el testimonio de Zamora que citáramos previamente.

Ahora bien, como señaláramos en un principio, la estratégica instalación de hábitos entre los sectores populares no fue su única originalidad. Su objetivo más explícito fue el de acercar a esos sectores una serie de contenidos propios de la “alta cultura universal”. La propia publicación describía sus propósitos de la siguiente manera: “Esta revista ni busca ni admite avisos de ninguna clase, a ningún precio, pues está dedicada a la difusión de las buenas obras y no es, como muchas otras publicaciones, una empresa comercial. Queremos difundir obras buenas a precios populares”.²⁹ En este sentido, *Los Pensadores* se entiende a sí misma como una colección bien diferenciada de aquella pléthora de publicaciones periódicas de tirada masiva que señaláramos antes, como “La novela semanal”, “El cuento ilustrado” o “La novela porteña”, que con una perspectiva popular abordaban temáticas “entretenidas” como las novelas de aventura, de amor o los policiales. Con este mismo objetivo de diferenciación, a lo lar-

²⁸ “Al margen de la vida que pasa (editorial)” en *Los Pensadores* N° 101, diciembre de 1924.

²⁹ Sin embargo, a partir del número 53 (10 de abril de 1923) la revista comenzará a admitir diversas publicidades.

go de los números se sucederán distintas leyendas en las que se denostan otras iniciativas editoriales “aventureras” y deshonestas, que lucrarían a partir de la difusión de obras de baja calidad pero también a partir de la publicación de malas traducciones u obras incompletas. No se trata, según su propia definición, de una simple editorial que publica obras para un público masivo, sino una empresa cultural con objetivos políticos y sociales, y valores incorruptibles en torno a la calidad de los materiales que ofrece.

Estos dos elementos nos incitan a pensar que Zamora supo leer en aquellas iniciativas editoriales ya existentes, los componentes para diseñar un dispositivo más eficaz en términos de impacto social y, por ende, de capacidad pedagógica entre las masas trabajadoras e inmigrantes. El elemento diferenciador radica, a nuestro entender, en el protagonismo político que le otorgaba a esas masas y, por ende, a su “formación”. Esta convicción lo diferencia ideológicamente de otras iniciativas, ya sea porque adscribían a lecturas más verticalistas o incluso elitistas respecto a la “distribución de saberes” (como en el caso de Ingenieros y Rojas), o porque directamente no estaba en su horizonte de preocupaciones (en el caso de los editores de *La Novela Semanal* u otros emprendimientos editoriales similares).

“Educar al soberano”

Si tomamos por ciertas nuestras estimaciones acerca de la estrategia editorial subyacente en *Los Pensadores*, podríamos afirmar que la misma constituye el proyecto de *Claridad* que mejor expresa la idea de una “misión” propagadora del progreso. “El porvenir de la humanidad está en el cerebro de los estudiosos que pongan al servicio de la misma, la inteligencia que a diario se adquiere con la lectura de las mejores obras que ha producido el ingenio humano”³⁰, sostenía la editorial en su tercer aniversario. Un conjunto de individuos geniales se presentaba como responsable de encauzar a las mayorías a fuerza de “ideas” que “cultivaran su espíritu” hacia el camino del progreso, del porvenir, del triunfo de la razón. En consecuencia, la puesta en práctica de esta misión se torna una

³⁰ Prólogo a la publicación “Plenitud” de Amado Nervo en *Los Pensadores*, febrero de 1924, N° 80, p. 2.

suerte de “apostolado laico”³¹. La figura del intelectual, es decir, del “pensador”, se combina entonces con la del “difusor”, una suerte de mediador entre estas mayorías incultas y aquella sustancia inmaterial garante del progreso humano. Como señalamos en la introducción, debido a su impronta fuertemente iluminista y positivista y su rechazo deliberado a lo que Adamovsky denomina la “cultura plebeya y criolla”, el protagonismo del intelectual en su rol de mediador o de “guía” será una característica muy propia del ideario socialista desde su formación y durante gran parte de su historia³².

Desde nuestra perspectiva hay una lógica que subyace y fundamenta teóricamente la misión educadora socialista y la de *Los Pensadores* en particular. Si el trabajo de las grandes mayorías es apropiado por minorías explotadoras, el fenómeno encuentra su correlato en el orden de lo cultural: los saberes producidos por la humanidad en su progresivo derrotero también son expropiados, son acaparados, se priva de ellos a las grandes mayorías trabajadoras. La reposición de estos saberes desandaría el camino de la opresión volviendo, en principio, a la sociedad más igualitaria aunque sea en el plano cultural. En el mismo sentido, si la ignorancia del pueblo constituye una de las grandes causas de los males políticos y del atraso general del país, la educación extendida a través de la lectura se convierte en la piedra angular del proyecto socialista. De ahí que insista en identificarse con la gesta iniciada por la Generación del ‘37 y la del ‘80. Asimismo, se percibe constantemente la idea de que el progreso individual depende directamente de la voluntad que se ponga en hacerlo. Como señala Montaldo,³³ la voluntad y la disposición al estudio, se vuelven una suerte de imperativo categórico cuya desobediencia, en algunos casos, es abordada con una dureza casi religiosa: “Pero no sólo tienen la culpa los

³¹ “Si esta revista fuera un negocio editorial, sucumbiría. Pero como es un apostolado que viene a cumplir una alta misión en estos tiempos de sicalipsis y exaltación boxística, Los Pensadores no fracasará nunca” Prólogo a la publicación “Rayos de Sol” (selección de las mejores composiciones de poetas célebres) en *Los Pensadores* N° 74, noviembre de 1923, p. 2.

³² Adamovsky, Ezequiel, op. cit., pp. 99 y 100.

³³ Montaldo, Graciela, “La literatura como pedagogía, el escritor como modelo. Cooperativa Editorial Claridad: proyecto cultural y empresa comercial”, *Cuadernos Hispanoamericanos*, N° 445, julio de 1987, pp. 41-64.

explotadores, los que se dejan explotar son más culpables. Por eso para nosotros, son tan despreciables los unos como los otros”.³⁴ Nuestra segunda hipótesis, entonces, es que en esta primera colección el objetivo es centralmente el de la reposición de esos “saberes expropiados”. Eso significa que el único rol activo que se les adjudica a los educandos-trabajadores es el de la voluntad de formarse, de incorporar conocimientos que han sido elaborados por aquel selecto grupo de “pensadores” (que, por otro lado, son en su mayoría extranjeros). Esta concepción se va a contradecir con el espíritu de una colección cuyos primeros números edita *Claridad* en el año 1924. Se trata de la Biblioteca *Los Nuevos*, que va a reunir varias obras inéditas de jóvenes y aún ignotos escritores pertenecientes a lo que luego se conocerá como el Grupo Boedo. Se trata de una literatura que deposita en la experiencia directa de la explotación y la miseria la condición *sine qua non* para poder describir la realidad obrera y, por ende, volverse un verdadero escritor con vocación transformadora. Es decir, de simples receptores de una cultura ajena, los trabajadores pasan a asumir un rol creativo e incluso, a esbozar una cultura y un género propios: el de la literatura obrera. Aún así, en la colección *Los Pensadores* no encontramos ecos de esta perspectiva, la pasividad del obrero-receptor y la no postulación de una cultura propiamente proletaria será un continuum a lo largo de sus casi tres años de existencia.

Por otro lado, el análisis del catálogo de *Los Pensadores* arroja a primera vista algunas impresiones respecto al tipo de “saberes” y de “valores” en los que se pretendía educar a estos trabajadores. No se trata de munirlos de “conocimientos útiles” para revolucionar las estructuras sociales como proponía el anarquismo, indiscutible protagonista del escenario político nacional durante las primeras décadas del siglo XX. Más bien nos encontramos con una ecléctica selección de géneros literarios, de paradigmas políticos, de temáticas abordadas, un corpus que pretende abarcar todos aquellos aspectos vinculados al progreso en un sentido humanista (las artes, las ciencias, la literatura, la teoría política, etc.). “El resultado -sostiene Romero- es la adquisición de un barniz cultural [...] unos conocimientos que apuntan a la integración social, que ofrecen mo-

³⁴ Prólogo de la Editorial a la publicación “Plenitud” de Amado Nervo en *Los Pensadores*, febrero de 1924, N° 80, p. 2.

delos para ello”³⁵. El epígrafe que reza la mayoría de las publicaciones de *Los Pensadores*, extraído de un texto de Barbusse, es muy elocuente al respecto: “Nosotros queremos hacer la revolución en los espíritus”. El locus revolucionario en primer término son los espíritus, las ideas, las mentes.

En el marco de esta “misión difusora” de ideas, la literatura se vuelve un medio para llegar a un fin: el objetivo fundamental es la transmisión de “los pensamientos”, de los mensajes portadores de “verdad” contenidos en esas obras selectas. El título mismo de la Colección alude a este fenómeno: existen ideas que “son pensadas” por “pensadores” y que deben ser transmitidas de manera directa a través de la literatura. La selección de los géneros y los tipos textuales se enmarcan dentro de la estrategia pedagógica general: algunos géneros resultarán, por su didactismo o su familiaridad, más efectivos que otros para transmitir las “verdades”. Es el caso del género narrativo, muy presente en el catálogo (38 números en total entre novelas y cuentos), que en tanto “reflejo” de la realidad reproduciría o narraría las injusticias de la sociedad capitalista, generando un efecto aleccionador de fácil identificación con la vida cotidiana. Como es de preveer, la selección de obras narrativas está constituida fundamentalmente por novelas “realistas” con alto contenido de crítica social.

Otro género de marcada presencia por sus atributos “transmisores” es el biográfico (7 números en total). La colección cuenta con una gran cantidad de biografías³⁶, sobre todo de artistas y hombres de ciencia, así como también con una Nota Biográfica para cada “pensador” publicado, estrechando aún más el vínculo “literatura-vida misma”³⁷.

³⁵ Gutiérrez, Leandro H. y Romero, Luis Alberto, *Sectores populares, cultura y política. Buenos Aires en la entreguerra*, Sudamericana, Buenos Aires, 1995, p. 94.

³⁶ Tolstoi, León, “Mi confesión”, (*Los Pensadores*, N° 5, 17 de abril de 1922); Rolland, Romain, “Vida de Beethoven” (*Los Pensadores*, N° 28, 17 de octubre de 1922); Ramón y Cajal, Santiago, “La infancia de Ramón y Cajal” (*Los Pensadores*, N° 43, 23 de enero de 1923); Muñoz, Escamez, J. Pasteur, “Su vida y su obra” (*Los Pensadores*, N° 45, 6 de febrero de 1923); Dickmann, Enrique, “Tiempos heroicos” (*Los Pensadores*, N° 84, Marzo de 1924); Zolá, Emilio, “Hombres célebres” (*Los Pensadores*, N° 76, Diciembre de 1923).

³⁷ Montaldo, Graciela, op. cit., pp. 41-64.

Describir la vida de alguien consagrado³⁸ en algunas de las disciplinas humanistas que han contribuido al progreso humano, contiene el aditamento de poder establecer modelos a seguir, pruebas de que con “voluntad” se puede progresar: en el caso de las notas biográficas, estos pensadores son mártires, seres sufrientes y geniales que provienen de las propias filas de los desposeídos, para erigirse como sus conductores intelectuales. El patrón común suele estribar en las desventuras de los biografiados, sobre todo problemas con la ley a causa de su rebeldía, los sinsabores propios de la pobreza, o su mal desempeño en las instituciones educativas formales³⁹.

Los números dedicados a la poesía son 12 en total. En este sentido, el número 74, titulado “Rayos de sol” y dedicado a la publicación de una colección de poesías de diversos “poetas selectos” nos dice mucho acerca de la concepción o funcionalidad adjudicada por *Los Pensadores* a la literatura en general y a la poesía en particular. En la editorial, se esboza una suerte de justificación del número: “alguien podría objetarnos que este género no concuerda con nuestro título [*Los Pensadores*], pero una poesía es la esencia de un pensamiento. En la poesía se expresa el pensamiento en la forma más sencilla y ello contribuye a que muchas ideas sean asimiladas por gentes de árido temperamento”. En tanto el arte tendría como función la transmisión de mensajes, la publicación de un género asociado al “arte por el arte mismo” y orientado más al signo que al significado, debe contar con una buena explicación: tiene una funcionalidad, transmite ideas a sujetos que, quizás, no podrían “asimilarlas” de otro modo debido a su “árido temperamento”⁴⁰. A esto podríamos sumar la relevancia del género poesía, sobre todo entre el público femenino joven, que con frecuencia recitaba fragmentos poéticos en veladas y ocasiones especiales, adicionando un factor más de “efectividad transmisora”.

³⁸ La consagración de los autores parece resultar de vital importancia para garantizarle al lector el acceso a “buenos mensajes”. De ahí, quizás, el énfasis puesto en sus logros, premios y consagraciones en general.

³⁹ La crítica a la educación formal, reaparecerá de distintas formas a lo largo de la publicación, entendida como parte del engranaje capitalista y de la “cultura burguesa”.

⁴⁰ Montaldo, Graciela, op. cit, p. 47.

El resto del catálogo de *Los Pensadores* está compuesto por obras que abordan temáticas políticas, filosóficas y “científicas” (principalmente referidas a la sexualidad, el cuidado del cuerpo y otros temas comprendidos dentro del corpus de la eugenesia y el higienismo). Estos tópicos darán vida a posteriores bibliotecas y publicaciones periódicas de la editorial Claridad: Biblioteca Filosófica, Biblioteca de Ciencias Políticas, Biblioteca de Cultura Socialista, Biblioteca Científica y la revista “Cultura sexual y física”.

Si analizamos el corpus centrándonos en las nacionalidades de sus autores, las cifras también resultan muy elocuentes: el 32% de los autores es de nacionalidad francesa (22 autores), el 18% rusos (9 escritores), el 14% españoles, el 12% Latinoamericanos, el 7% italianos, el 6% argentinos y el 5% alemanes⁴¹. Un primer acercamiento, echa luz sobre la preponderancia de autores europeos, particularmente de Francia y Rusia, cuna de las dos revoluciones más importantes de la Modernidad. Gran parte de estos autores, como Anatole France, Tolstoi o Dostoievsky, pertenecen a las escuelas naturalista francesa y realista rusa, lo cual se corresponde con las preferencias estético-ideológicas perfiladas en *Los Pensadores*. Sin embargo, el predominio de textos extranjeros no se condice con la escasa relevancia otorgada a las traducciones. En la mayoría de los textos traducidos no se consigna el nombre del traductor. Una posible hipótesis sobre las causas podría ser la utilización de traducciones realizadas por otras editoriales, ya sea al castellano ya sea a una tercera lengua posteriormente traducida al castellano por algún colaborador. De igual manera, la omisión del nombre de los traductores podría estar relacionado con el criterio netamente anti-formalista de la editorial: “La postulación de un vínculo transparente entre palabra y realidad, sostiene Patricia Wilson, fuerza a no reparar en aquello que, en la palabra misma, funciona como obstáculo, como interferencia, como opacidad y, entre códigos lingüísticos distintos,

⁴¹ de la Torre Oliveira, Rodrigo, *Públicos leitores em formação: popularização das coleções de livros na Argentina (1901-1924)*, disertación presentada al Programa de Post Graduación en Historia Social del Departamento de Historia de la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias Humanas de la Universidad de San Pablo, para obtener el título de Magíster en Historia. <http://es.scribd.com/doc/29542683/15/Cooperativa-Editorial-Claridad>

como diferencia”.⁴² Los traductores, entonces, no serían considerados tan relevantes como para consignarlos en todos los casos.

A pesar del afán educativo por confeccionar un plan de lecturas “selectas”, el corpus total de publicaciones de *Los Pensadores* puede generar algunas perplejidades. Entendemos que la heterogeneidad y el eclecticismo de la editorial *Claridad* en general puede vincularse con el hecho de que, más allá de su estrecha relación con el Partido Socialista, se pretendía mantener cierto nivel de apertura ideológica, dando lugar a diferentes expresiones políticas de izquierda o incluso no encolumnadas en ningún paradigma político determinado. Sin embargo, en algunos casos se trata de la publicación de textos o autores de los que la propia editorial toma distancia (por ejemplo, Herrera y Reisig o Rubén Darío). En ocasiones, el texto se acompaña con notas aclaratorias que indican de qué manera proceder a la lectura del conjunto o de determinados conceptos proclives a generar “confusiones”⁴³; en otros casos, es directamente el autor el que resulta impugnado parcialmente, en el marco de un intento por justificar su publicación. En algunos trabajos se ha interpretado esto como un indicio de que muchas veces la impresión de determinados textos respondía más a la necesidad de cumplir con el calendario de publicaciones que a una planificación a largo plazo⁴⁴,

⁴² Wilson, Patricia, *La constelación del Sur. Traductores y traducciones en la literatura argentina del siglo XX*, Siglo XXI, Buenos Aires, 2004, p. 58.

⁴³ Es el caso, por ejemplo, de “Preludios de la lucha” de Francisco Pi y Arsuaga. Esta publicación incluye varias notas de la editorial haciendo aclaraciones como la siguiente: “En esta balada, como en otras de esta colección, resulta un efecto para el lector que no puede ser el propósito del autor: la negación; no, la inutilidad; peor aún, el perjuicio del progreso. «¡Mejor se estaba antes!» se saca en consecuencia de esa exposición, sin contar que progreso es perfeccionamiento y justificación, y que si así no resulta siempre en la práctica, es porque no se progresa de conjunto, sino parcialmente en objeto, tiempo y espacio, en virtud de leyes naturales cuyo conocimiento a todos interesa como medio seguro de generalizar los beneficios del progreso” (*Los Pensadores*, N° 25, 26 de septiembre de 1922, p. 33).

⁴⁴ “Esses dados nos fazem pensar que, algumas vezes, os textos impressos respeitaram muito mais a necessidade de se cumprir o calendário para manter a publicação. Sugerem a possível inexistência de um planejamento, a longo prazo, das obras e dos conceitos que se queriam colocar em circulação. Havia, contudo,

acorde con la impronta de “honestidad” y “cumplimiento” que Los Pensadores señalan como distintiva: era muy importante cumplir con las pautas y los tiempos establecidos⁴⁵. Esta explicación, aunque atractiva, no nos satisface. Consideramos que se impone la necesidad de realizar un análisis más minucioso de los títulos de la colección, que intente reponer el sentido de su incorporación sin por eso negar completamente los factores materiales o las circunstancias que podrían conducir a la selección de algunos textos por sobre otros. En esa dirección pretendemos avanzar en futuras investigaciones sobre el objeto. Asimismo, otra línea posible de investigación se desprende del nivel expectativas de entendimiento cabal de las obras por parte de estos lectores populares. A pesar de proponerse como una publicación destinada a un público poco habituado a la lectura de textos complejos, muchos de los números de la colección parecen no atender a esta circunstancia. La publicación de algunos títulos incluso da pie a un comentario al respecto. Es el caso del volumen 55, en el que se publica el “Tratado de la educación práctica” de Kant. La editorial de aquel número lleva por título “Estudie” y señala: “Sabemos que esta clase de obras no llegan a alcanzar la difusión que su valor merece. Preferimos que los pocos que estudian nos comprendan a que nos confundan la mayoría de los mentecatos que leen por matar el tiempo mientras el tiempo nos mata a todos”⁴⁶. En este caso, entonces, podríamos arriesgar que se trata más del valor simbólico de acceder a un texto filosófico canónico que a su comprensión *in toto*. Romero y Gutiérrez han definido el fenómeno de acercamiento a la cultura letrada vía bibliotecas, políticas editoriales y demás instituciones del período como de un “acceso fragmentario y ocasional [...], de un picoteo asiste-

um entendimento das idéias com as quais não concordavam, daí a existência de notas de orientação destinadas a os leitores” tomado de de la Torre Oliveira, Rodrigo, op. cit.

⁴⁵ En el número 10 se pide disculpas por no haber podido entregar una obra de Mantegazza anunciada en el anterior, responsabilizando a “la imprenta y otras cosas que no son del caso detallar aquí” (*Los Pensadores*, Número 10, p. 31). En el número 41 se disculpan por el atraso en la publicación de “Estudios sobre la moneda” de Juan B. Justo. En el número 44 solicitan que los lectores remitan todos los ejemplares fallados para cambiárselos por ejemplares correctos.

⁴⁶ Editorial de *Los Pensadores*, N° 55, 24 de abril de 1923.

mático que, así adquirida, [la cultura] es mas ornamental que útil”⁴⁷. Esta descripción puede adaptarse a algunas publicaciones de Los Pensadores cuya intencionalidad editorial parece ser, de a ratos, más la de abarcar la totalidad de la cultura “necesaria” incorporándola con rapidez, inyectándola aunque más no sea de forma epidérmica.

Sin embargo, y si tomamos en cuenta la gravitación que la editorial *Claridad* va a tener posteriormente en el mundo editorial, también es posible sostener que Los Pensadores constituyó una iniciativa efectiva, innovadora y sumamente significativa para un número importante de personas pertenecientes a los sectores populares, que encontraron en sus publicaciones una vía de acceso al mundo de la cultura letrada y al universo de las ideas de izquierda en Argentina. Se imponen, entonces algunas preguntas: ¿qué influencia han tenidos las traducciones difundidas desde sus páginas en la recepción de autores y tradiciones de pensamiento extranjeros en la Argentina? ¿Se trató de autores siempre necesariamente consagrados entre el público nacional o se llevaron a cabo operaciones de instalación de determinados nombres aún ausentes en la cultura letrada argentina de ese entonces? ¿cuánta injerencia tuvo en términos reales la dirigencia partidaria socialista en la selección e incluso la impugnación de determinados textos? Estos son sólo algunos posibles interrogantes que podrían orientar futuros abordajes. En este sentido, la colección Los Pensadores representa, sin lugar a dudas, un valioso insumo para los estudios que tomen como objeto los procesos de difusión de la cultura letrada durante las primeras décadas del siglo XX, así como también aquellos vinculados con la recepción de ideas durante esta etapa formativa de nuestro campo intelectual y de la cultura de izquierdas en Argentina.

Fuentes:

Los Pensadores, números 1 al 100, Editorial Claridad.

Bibliografía:

Altamirano, Carlos y Sarlo, Beatriz, *Ensayos argentinos. De Sarmiento a la vanguardia*, Ariel, Buenos Aires, 1997.

⁴⁷ Romero y Gutierrez, op. cit, p. 98.

Adamovsky, Ezequiel, *Historia de la clase media argentina*, Planeta, Buenos Aires, 2009.

Barrancos, Dora, *La escena iluminada. Ciencia para trabajadores, 1980-1930*, Plus Ultra, Buenos Aires, 1996.

de Diego, José Luis (director), *Editores y políticas editoriales en Argentina (1880-2010)*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2014.

de Diego, José Luis, “Políticas editoriales y políticas de lectura” en *Anales de la educación común, Tercer Siglo*, Año 3, julio de 2007. Disponible en versión digital en: http://servicios.abc.gov.ar/lainstitucion/revistacomponents/revista/archivos/anales/numero06/archivosparaimprimir/6_dediego_st.pdf

de la Torre Oliveira, Rodrigo, *Públicos lectores en formación: popularización de las colecciones de libros en Argentina (1901-1924)*, Disertación presentada al Programa de Post Graduación en Historia Social del Departamento de Historia de la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias Humanas de la Universidad de San Pablo, para obtener el título de Magíster en Historia, disponible en <http://es.scribd.com/doc/29542683/15/Cooperativa-Editorial-Claridad>.

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

Degiovanni, Fernando, *Los textos de la patria. Nacionalismo, políticas culturales y canon en Argentina*, Beatriz Viterbo Editora, Buenos Aires, 2007.

Devoto, Fernando y Madero, Marta, *Historia de la vida privada en la Argentina*, Taurus, Buenos Aires, 1999.

Ferreira de Cassone, Florencia, *Claridad y el internacionalismo americano*, Claridad, Buenos Aires, 1998.

Ferreira de Cassone, Florencia, *Editorial Claridad. Una revolución en los espíritus*. Ponencia presentada en las “Jornadas sobre la Historia de las Políticas Editoriales en la Argentina”, 2 y 3 de julio de 2015, Buenos Aires, Museo del Libro y de la Lengua. <http://museo.bn.gov.ar/media/page/florencia-ferrerira.pdf>

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

Hermida, Carola, “Coleccionar para educar. Acerca de *La Cultura Argentina (1915-1928)*”, en *Estudios de Teoría Literaria, Revista Digi-*

tal, Año 1, N° 2, 2012, Facultad de Humanidades-UNMdP. Disponible en versión digital en: <http://fh.mdp.edu.ar/revistas/index.php/etl/article/view/134>

Montaldo, Graciela, “La literatura como pedagogía, el escritor como modelo. Cooperativa Editorial Claridad: proyecto cultural y empresa comercial”. *Cuadernos Hispanoamericanos*, N° 445, julio de 1987, pp. 41-64.

Muñoz, Marisa Alejandra, “José Ingenieros y *La historia de una biblioteca*”, en *CUYO, Anuario de Filosofía Argentina y Americana*, N° 15, año 1998, pp. 203-213. Disponible en versión digital: http://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/1611/munozcuyo15.pdf

Pierini, Margarita, “Los autores de *La Novela Semanal*, cruces y tensiones en la ampliación del campo literario”, en Pierini, Margarita; Campodónico, Horacio; Cilento, Laura; Grillo, María Victoria; Labeur, Paula, *La Novela Semanal (Buenos Aires, 1917-1927)*, Consejo Superior de Investigaciones Científicas, Madrid, 2004.

Rivera, Jorge B., “La forja del escritor profesional (1900-1930). Los escritores y los nuevos medios masivos”, en AA.VV., *Historia de la literatura argentina*, Centro Editor de América Latina, Buenos Aires, 1968.

Sarlo, Beatriz, *Una modernidad periférica: Buenos Aires 1920 y 1930*, Nueva Visión, Buenos Aires, 2007.

Sarlo, Beatriz, *El imperio de los sentimientos*, Grupo Editorial Norma, Buenos Aires, 2004.

Terán, Oscar, *En busca de la ideología argentina*, Catálogos, Buenos Aires, 1986.

Todo es Historia, N° 172, septiembre de 1981.

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.

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

María Fernández Moya
(Colegio Universitario de Estudios Financieros/España)¹

Resumen

Esta investigación reconstruye la evolución de los sectores editoriales argentino, mexicano y español durante las décadas centrales del siglo XX, periodo clave para entender la industria editorial actual y momento de máximo desarrollo de la industria del libro en los tres países. El trabajo analiza la relación entre esos sectores, su conexión con el sector editorial internacional y las estrategias de expansión desplegadas por las principales casas editoriales. Los resultados revelan que las editoriales apostaron por un proceso de internacionalización progresivo, siguiendo el modelo de la Escuela de Uppsala, y que el papel de los gobiernos fue clave en las decisiones empresariales.

Palabras clave

Sector editorial; Internacionalización; Instituciones; Argentina; México; España.

Institutions and business strategies. The spanish-speaking publishing sector in the golden age (1950-1973)

This research reconstructs the evolution of Argentine, Mexican and Spanish publishing sectors during the central decades of 20th century, a period crucial to understanding today's publishing industry and the time of maximum development of the book industry in the three countries. The paper analyzes the relationship between these sectors, its connection to the international publishing sector and the expansion strategies set up by the major publishing houses. The results reveal that the publishers opted

¹ Este trabajo de investigación ha contado con el apoyo financiero del proyecto del Ministerio de Educación y Ciencia ECO2012-35266ECON.

for a progressive process of internationalization, following the model of Uppsala School, and that the role of Governments was instrumental in business decisions.

Keywords

Publishing; Internationalization; Institutions; Argentina; Mexico; Spain.

Introducción

En este artículo se presentan los primeros resultados de una investigación en curso que trata de analizar las claves explicativas de la evolución del sector editorial en español a ambos lados del Atlántico durante el siglo XX. En concreto, este trabajo se ocupa de reconstruir el desarrollo de los sectores editoriales argentino, mexicano y español durante las décadas centrales del siglo XX, periodo clave para entender la industria editorial actual y momento de máximo crecimiento de la industria del libro en los tres países. En ese contexto, la investigación se centra en el estudio de la relación entre esos sectores, si primó entre ellos la competitividad o la colaboración en sus actuaciones, cuál fue su conexión con el sector editorial internacional, quienes fueron los principales actores que marcaron su evolución y qué factores influyeron las estrategias empresariales implantadas por las principales editoriales. Abordamos así un semivació historiográfico, puesto que el sector de la edición en castellano ha sido analizado ampliamente desde la historia de la cultura y la literatura², pero son escasos los trabajos escritos desde una óptica económica o empresarial³. Esta

² Véanse por ejemplo, de Diego, José Luis (dir.), *Editoriales y políticas editoriales en Argentina*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2006. Martínez, Jesús A. (dir.), *Historia de la edición en España (1836-1936)*, Marcial Pons, Madrid, 2001. Martínez, Jesús A. (dir.), *Historia de la edición en España (1939-1975)*, Marcial Pons, Madrid, 2015. Larraz Elorriaga, Fernando, “El mestizaje editorial: Las editoriales de los exiliados republicanos en América”, en de la Fuente Ballesteros, Ricardo y Pérez-Magallón, Jesús (eds.), *La cultura hispánica en sus cruces transatlánticos*, Universitas Castellae (Colección Cultura Iberoamericana), Valladolid, 2006, pp. 149-170.

³ Algunos ejemplos son Román, Viviana, “Políticas editoriales y mercado: las microempresas y pymes editoriales en la Argentina de fines del siglo XX y

investigación ofrece además una perspectiva comparada, analiza los casos de Argentina, México y España, un enfoque que no ha estado presente en la historiografía previa.

El trabajo se sustenta sobre dos teorías clásicas en materia de internacionalización: la Escuela de Uppsala y las teorías que destacan la importancia de las instituciones en la actividad empresarial. La Escuela de Uppsala anticipa que los empresarios, para minimizar el riesgo de la estrategia de internacionalización, elegirán mercados exteriores con baja distancia cultural y los abordarán siguiendo una estrategia de implicación creciente⁴. El primer escalón sería el impulso de una política de exportación que permita tantear los mercados exteriores. En segundo lugar, la empresa daría el paso a la instalación de filiales comerciales, lo que le permitiría tener contacto directo con la demanda. Finalmente, la empresa podrá optar por una estrategia más firme de internacionalización, que conlleva un mayor riesgo y compromiso: la instalación de filiales productivas. En cada una de las fases la empresa va adquiriendo un conocimiento que le resulta extraordinariamente útil para afrontar la siguiente etapa con éxito.

La recuperación de las instituciones para el análisis académico de la realidad económica y social ha sido muy fructífera en distintas vertientes, especialmente con los trabajos magistrales de Douglas North. Así, las instituciones, entendidas como reglas del juego por Douglas North o como parámetros regulatorios, normativos y cognitivos por Richard Scott, son el

principios del XXI”, Jornadas sobre la Historia de las Políticas Editoriales en la Argentina, 2 y 3 de julio de 2015, Biblioteca Nacional-Museo del Libro y de la Lengua; Román, Viviana, “Las empresas de la industria editorial en Argentina a fines del XX. Orígenes y evolución”, texto inédito presentado en el Segundo Congreso Latinoamericano de Historia Económica, México D.F., Febrero 2010. Fernández Moya, María “Multinacionales del castellano. La internacionalización del sector editorial español”, *Revista de Historia Industrial*, vol. 40, Nº 2, 2009, pp. 23-50.

⁴ Johanson, Jan y Wiedersheim, Paul “The internationalisation of the firm: four Swedish case studies”, *Journal of Management Studies*, vol. 12, Nº 3, 1975, pp. 305-322. Johanson, Jan y Vahlme, Jan-Erik, “The internalization process of the firm: a model of knowledge development and increasing foreign market commitments”, *Journal of International Business Studies*, vol. 8, Nº 1, marzo, 1977, pp. 23-32. Johanson, Jan y Vahlme, Jan-Erik, “The mechanism of internationalization”, *International Marketing Review*, vol. 7, Nº 4, 1990, pp. 11-24.

hilo conductor de un enfoque ciertamente ecléctico⁵. Si tenemos en consideración exclusivamente los estudios que, dentro de esta escuela, se han encargado de la internacionalización de empresas, podemos señalar dos grandes corrientes. Bajo el denominador común “las instituciones importan”, algunos trabajos observan las instituciones como variables de entorno que pueden medirse a través de indicadores y cuya influencia sobre las empresas es unidireccional. Un segundo grupo se aproximaría al estudio de las instituciones desde una perspectiva más general y cualitativa, considerando que éstas intervienen en la actividad empresarial y, al tiempo, son influidas por ella⁶. En este trabajo seguiremos este segundo enfoque teórico y nos centraremos en una institución concreta: el papel de los gobiernos.

Formalmente, el trabajo se divide en cinco secciones. El primer apartado se ocupa de estudiar los principales cambios del sector internacional del libro en las décadas centrales del siglo XX. La segunda sección analiza las principales potencias editoriales en castellano de esa época, Argentina, México y España. Los siguientes apartados se ocupan de reconstruir la trayectoria de las principales editoriales y explicar las estrategias empresariales y sus principales condicionantes. Cierra el artículo un breve apartado de conclusiones.

El sector internacional del libro en “la época dorada”⁷. Algunas claves explicativas

La Segunda Guerra Mundial y la dura posguerra frenaron los avances en el sector editorial internacional, que se había consolidado en los años treinta. La historiografía ha descrito este periodo bélico como estéril, plagado de dificultades y privaciones, marcado por el racionamiento

⁵ North, Douglass C., *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*, Cambridge University Press, Cambridge, 1990. Scott, Richard W., *Institutions and Organisations*, Thousand Oaks, California, 1995.

⁶ Jackson, Gregory, y Deeg, Richard, “Comparing capitalisms: Understanding institutional diversity and its implications for international business”, *Journal of International Business Studies*, Vol. 39, Nº 4, 2008, pp. 540-561.

⁷ La expresión está tomada de Angus Maddison y se refiere al periodo que va desde 1950 hasta 1973, identificado por este autor como el momento de mayor crecimiento de la economía mundial.

de papel y la destrucción física de editoriales y plantas productivas, a causa de las bombas arrojadas sobre Leipzig y Londres. Es más, los relatos autobiográficos de los numerosos editores obvian o pasan por encima de este periodo. Así, en líneas generales, podemos considerar la etapa desde 1939 a 1950 como una bisagra entre dos periodos de auténtica creación e innovación. El posterior, objeto de estudio de esta investigación, corresponde a las décadas centrales del siglo XX y en él asistimos a la reinención del sector editorial. Los datos cuantitativos apoyan esta afirmación. La evolución del número de títulos editados entre 1937 y 1975 revela un crecimiento espectacular en la oferta editorial.

En los años cincuenta, el sector editorial internacional estaba dominado por diez naciones: Estados Unidos, Gran Bretaña, Países Bajos, Francia, República Federal Alemana, Italia, Japón, URSS, China (Continental) e India. En 1970, cuatro de cada cinco títulos procedían de un grupo de países aún más reducido. Si sumásemos la producción de Europa, Japón, Estados Unidos y la URSS, obtendríamos prácticamente el 80% de todos los libros publicados en un año⁸. Estas cifras indican un aumento de la oferta editorial internacional y su progresiva concentración geográfica en el periodo analizado. La concentración geográfica también tenía lugar dentro de cada país. Por ejemplo, el sector editorial alemán se localizaba mayoritariamente en Múnich, Stuttgart y Fráncfort. En Gran Bretaña, la concentración geográfica era clara, Londres constituía el gran centro editorial. Casi el 80% de los editores miembros de la asociación gremial, Publishers Association se localizan en la capital británica. El 86% de los editores franceses estaban radicados en la región de París.

La extensión de la oferta editorial estuvo claramente incentivada por un espectacular incremento de la demanda. El aumento en la renta per cápita mundial, el crecimiento del gasto público y la mejora del nivel educativo ayudaron a formar una clase media con capacidad de compra e interés cultural. Desde una óptica empresarial, estas cifras impulsaron la creación de un mercado de dimensiones inimaginables hasta entonces. Así, los años centrales del siglo XX vieron un cambio de paradigma en el

⁸ Datos tomados del Anuario Estadístico de la Unesco, publicados en *Courier*, julio 1972, pp. 12-15.

sector editorial. En 1970, el Informe del Sindicato Nacional de Editores de Francia ante el VI Plan de Desarrollo explicaba con estas palabras la transformación del sector:

“La edición se encuentra actualmente en un momento crucial de su historia. La más antigua de las industrias, después de medio milenio de existencia, se ve obligada, para sobrevivir, a reconsiderar su misión y a renovar sus estructuras, lo que lleva inevitablemente a pensar en la posibilidad de separarse del libro como en tiempos tuvo que separarse de la imprenta y la librería. El libro, pues, debe asumir una nueva significación distinta a la que tradicionalmente le era propia, y al mismo tiempo es necesario inventar nuevos productos que sirvan para la difusión del pensamiento. Así, también, la edición debe liberarse del campo cerrado de la cultura clásica y lanzarse a la liza de la concurrencia de la cultura de masas⁹”.

El testimonio muestra que las editoriales apostaron por nuevos productos para acercarse al mercado masivo, hablaremos de ellos en los próximos párrafos. Un libro apto para el consumo masivo debía reunir una serie de características. En primer lugar, los cambios afectaban a la producción, puesto que era necesario imprimir grandes tiradas. Esto suponía una gran inversión para los editores, que optaron por asumir un bajo riesgo en la edición de títulos. Era necesario superar el restringido círculo del público culto y letrado¹⁰. Por ello, se empezó a publicar lo que el público deseaba, en los campos más variados, desde literatura a libros de cocina, pasando por la edición de libros de referencia para universidades o escuelas técnicas o la reedición de obras de literatura muy conocidas. En segundo lugar, el sector cambió también su dinámica. La distribución tomó una importancia cada vez mayor. Las librerías dejaron de ser el único centro de venta de libros. Esas librerías estaban destinadas a abastecer a una reducida parte de la población, al porcentaje de lectores cultos, de personas muy letradas. Según datos de la Unesco, en

⁹ Tomado de *El Libro Español*, Junio de 1970, pp. 339 y 340.

¹⁰ Robert Escarpit, “La Revolución del libro”, *Courier*, Septiembre 1965, p. 7.

un país industrializado, el conjunto de la población capaz de leer supone alrededor del 70 o 75% de la cifra de habitantes del país. Sin embargo, el público lector apenas alcanza al 15 o 20%, y el verdaderamente letrado, es decir, el cliente asiduo de librerías, no supera el 3%¹¹. ¿Cómo llevar los libros a capas más amplias de la población? Desde esta etapa, tanto los libros como los nuevos productos editoriales comenzarán a venderse en grandes almacenes, tiendas de comestibles, estaciones de servicio y a través de agentes a domicilio. Los quioscos se encargaron de comercializar un nuevo tipo de producto: los fascículos. La venta de libros en fascículos, que se distribuían en quioscos de prensa, se inició en Italia en 1959, de la mano de la editorial De Agostini. En virtud del éxito obtenido, la innovación se extendió rápidamente por los mercados editoriales de Alemania, Inglaterra, España y, finalmente, Francia¹². Para llegar a un público más amplio, el precio de los libros debía ser moderado. Esta exigencia está detrás de uno de los éxitos editoriales de la época, en cuanto a formato editorial. Hablamos de los libros de bolsillo. La innovación fue introducida por Sir Allen Lane en 1935, con el lanzamiento de la colección Penguin, de la editorial Penguin Books. ¿Llegaron todos estos cambios al sector editorial en castellano? ¿Cómo marcaron la evolución del sector editorial en los principales países productores de libros? Trataremos de contestar a esas preguntas en las secciones posteriores.

Origen y destino de los libros. Una aproximación cuantitativa a los mercados editoriales principales

¿Quiénes eran los países más importantes en el sector editorial en castellano en las décadas centrales del siglo XX? Utilizaremos los datos del organismo internacional Unesco para responder a esta pregunta. En el cuadro 1, que recoge el número de títulos publicados en 1953 en las principales potencias editoriales, podemos ver que dos de los polos editoriales del libro en castellano, Argentina y España, se encuentran en posiciones destacadas, publicando entre 3.000 y 5.000 títulos al año.

¹¹ Escarpit, Robert, op. cit.

¹² *El Libro Español*, tomo II, 1970, p. 224.

Cuadro 1. Títulos publicados en las principales potencias editoriales (1953)

País	Número de títulos publicados
URSS	37.500
Japón	20.293
Reino Unido	18.257
India	17.400
República Federal de Alemania	15.738
Estados Unidos	12.050
Francia	10.017
Italia	8.972
China (Continental)	7.049
Países Bajos	7.045
Polonia	6.584
España	5.664
Checoslovaquia	5.459
Portugal	5.348
Austria	4.938
Argentina	4.610
Bélgica	4.519
Yugoslavia	4.465
República Democrática de Alemania	4.310
Tailandia	3.953

Fuente: Datos UNESCO publicados en Barker Ronald E., *Books for all, a study of international book trade*, Unesco, París, 1956.

El inglés era el primer idioma en número de lectores. Contaba con una demanda internacional amplia y bien atendida por Estados Unidos y Gran Bretaña. El español sería el segundo idioma más importante a nivel editorial, con 145 millones de personas que lo hablaban en 1965, si bien como señalaba la propia Unesco “por lo disperso que está, el terreno del español se parece al del inglés, pero los países que lo componen son más débiles económicamente que los de este último”¹³. El francés sería el tercer idioma con ramificaciones internacionales (Canadá, las Antillas y varios países africanos), aunque su importancia para el sector editorial se centraba en la demanda de tres países: Francia, Bélgica y Suiza. En cuanto al consumo de papel, en 1950 la América de habla inglesa consumía más de la mitad del papel de imprenta producido en el mundo, en 1960 el porcentaje bajó al 43,2%, muy similar a los datos para Europa y América Latina.

¿Quiénes eran los principales países exportadores del sector editorial internacional? El cuadro 2 nos muestra que, a comienzos de los años cincuenta, Reino Unido y Estados Unidos eran, sin ningún género de dudas, los dos grandes líderes en materia editorial. Le seguían, a cierta distancia, Francia, Países Bajos y República Federal de Alemania.

¿Qué ocurre con el sector editorial en castellano? España en sexta posición, aunque lejos de las cifras del grupo de cabecera, superaba a países mucho más avanzados en materia industrial como Bélgica, Suiza, Suecia o Dinamarca. Argentina y México también aparecen en los puestos 17º y 23º del listado. Los datos permiten confirmar la importancia del área lingüística en castellano, y la existencia dentro de él de tres polos de edición en el área, México, Argentina y España que se cuelan entre los mayores exportadores del mundo. Podemos señalar, por tanto, que en la etapa analizada en esta investigación (desde 1950 hasta 1973) los tres polos abastecían de libros al área lingüística en castellano. Detrás de esas cifras se encuentra un grupo de editoriales que desarrollaron ambiciosas estrategias empresariales en esta etapa, a nivel nacional e internacional. Hablaremos de ellas en la siguiente sección, si bien antes revisaremos algunos datos cuantitativos que nos permitan obtener una imagen fiable del sector editorial en cada uno de esos países.

Antes de 1936, fecha en la que estalló la Guerra Civil española, la edición en castellano estaba dominada por el sector editorial español,

¹³ Escarpit, Robert, op. cit., p. 15.

Cuadro 2. Exportaciones de libros en varios países (1952)
Cifras en miles de dólares americanos

País	Exportaciones	País	Exportaciones
Reino Unido	40.686	Australia	1.276
Estados Unidos	40.114	Canadá	1.110
Francia	21.495	Egipto	995
Países Bajos	16.600	Irlanda	883
República Federal de Alemania	15.218	Dinamarca	831
España	6.926	Suecia	829
Suiza	6.367	República Democrática de Alemania	497
Austria	4.686	Argentina	467
Bélgica	4.636	Portugal	427
Japón	2.306	Finlandia	290
India	1.436	México	225
Italia	1.376	Noruega	135

Fuente: Datos UNESCO publicados en Barker, Ronald E., op. cit.

con dos sedes principales: Barcelona y Madrid. La guerra cambió drásticamente la situación, los problemas de producción y de comunicaciones anularon a la industria editorial española. El momento fue estratégicamente aprovechado por Argentina y México para asumir el liderazgo en el sector del libro en castellano desde finales de los años treinta hasta el comienzo de los años cincuenta. En la década central del siglo XX, no obstante, la recuperación económica de España permitió a las editoriales retomar su carrera competitiva a nivel exterior. Los datos cuantitativos expuestos en los párrafos precedentes corroboran esta afirmación.

El sector editorial español tenía en los países de América Latina sus principales clientes exteriores. A ellos iba destinada alrededor del 80% de su exportación. Las cifras de exportación demuestran la recuperación del sector en los años cincuenta. Si en 1940 las exportaciones de libros españoles se cuantificaban en 5 millones de pesetas, para 1963

alzaban los 1.348 millones de pesetas. En cuanto a producción de títulos, España pasó de editar 3.633 títulos en 1950 a 6.085 en 1960, que ascenderían a 17.342 títulos apenas cinco años más tarde. En 1973, España editaba 23.608 títulos, lo que situaba como séptima potencia editorial mundial¹⁴. En 1963, España tenía registradas unas 743 empresas editoriales¹⁵.

En Argentina, el punto de inflexión de la industria editorial se produjo en los años treinta. Si bien sería en las dos décadas posteriores en las que transcurrió su etapa más brillante a nivel internacional. José Luis de Diego ha bautizado esta etapa como “edad de oro” del sector argentino, cuyas editoriales más importantes exportaban más del 40% de su producción¹⁶. Fue en esta época cuando el sector se articuló en asociaciones gremiales¹⁷. En 1938 tuvo lugar en Buenos Aires el Primer Congreso de Editores Argentinos, en 1941 se creó la Cámara Argentina del Libro, y en 1943 se realizó la Primera Feria del Libro en Buenos Aires. Las cifras reflejan este crecimiento de la industria editorial argentina. En número de títulos, Argentina publicaba en 1936 un total de 451 obras científicas y 372 literarias; en 1963, el número global ascendía a 3.390 títulos. Si tomamos como referencia la producción editorial completa, ésta fue de 22 millones de libros en la última mitad de la década de 1930, escaló hasta los 250 millones entre 1940 y 1949, y alcanzó los 283 millones entre 1950 y 1959¹⁸. Según datos de Raúl H. Botaro publicados en su libro “La edición

¹⁴ Division of Statistics on Culture and Communication Office of Statistics, Unesco.

¹⁵ “Las grandes corrientes del mercado hispánico”, *Courier*, Septiembre 1965, p. 17.

¹⁶ de Diego, José Luis, “La época de oro de la industria editorial (1938-1955)”, en de Diego (dir), José Luis, *Editoriales y políticas editoriales en Argentina*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2006.

¹⁷ Giuliani, Alejandra, “La emergencia de estrategias editoriales colectivas en Argentina: El Primer Congreso de Editores e Impresores Argentinos (1938)”, *Primer Coloquio sobre la Historia de las Políticas Editoriales en la Argentina*, Museo de la Lengua y Dirección de Cultura de la Biblioteca Nacional Mariano Moreno, Buenos Aires, 2 y 3 de Julio de 2015.

¹⁸ Centro de Estudios para la producción, *La Industria del Libro en Argentina, Secretaría de Industria, Comercio y Pequeña y Mediana empresa*, p. 62.

de libros en Argentina” y recogidos por la revista *Courier* de la Unesco, la producción anual de libros en Argentina en el periodo 1960-1962 fue aproximadamente de cuatro mil millones de pesos (a precios de mayoristas)¹⁹.

En México, la evolución del sector editorial es muy similar a la del caso argentino. Si entre 1948 y 1955, México publicaba menos de 1.000 títulos al año, en 1962 el número se había elevado a 3.760 obras²⁰. Cifras algo inferiores a las de Argentina, pero que superaban ampliamente las de Chile (1.040 títulos en la misma fecha), Perú (791 títulos) y Cuba (736 títulos). Uno de los principales impulsores de ese crecimiento fue la producción y distribución de libros escolares y en concreto los de enseñanza primaria. Como veremos más adelante, esta área de negocio para las editoriales estaba muy regulado por el Estado mexicano, si bien el impulso dado a los planes educativos en el país suponía una demanda importante. Desde 1959, año en el que el ministro Jaime Torres Bodet (ex director general de la Unesco) promulgó el Plan de Educación hasta 1965, se distribuyeron más de 100 millones de libros de texto gratuitos entre los alumnos de primaria.

Los actores y las estrategias empresariales

¿Qué editoriales lideraban el mercado de habla castellana? Por peso económico y cultural, el centro de la edición en castellano en las décadas de 1940 y 1950 estaba en Argentina²¹. Este prometedor tejido editorial estaba plagado de casas con grandes catálogos que desarrollaron una intensa actividad cultural en los años posteriores. Señalaremos a continuación algunas de las editoriales más destacadas en materia de literatura general.

¹⁹“Las grandes corrientes del mercado hispánico”, *Courier*, Septiembre 1965, p. 17.

²⁰ *Ibidem*, p. 17.

²¹ Larraz Elorriaga, Fernando, “1938, año cero de la ‘Edad de oro de la edición argentina’. Política y cultura en la gestación de las editoriales Losada y Sudamericana”, *Primer Coloquio sobre la Historia de las Políticas Editoriales en la Argentina*, Museo de la Lengua y Dirección de Cultura de la Biblioteca Nacional Mariano Moreno, Buenos Aires, 2 y 3 de Julio de 2015.

Editorial Sudamericana fue creada en 1939 con un capital inicial de cien millones de pesos²². En su fundación participaron el empresario catalán Rafael Vehils; los intelectuales argentinos Victoria Ocampo, Oliverio Girondo y Carlos Mayer; destacados hombres de negocios argentinos, como Jacobo Saslavsky, Antonio Santamarina, Alejandro Shaw, Eduardo Bullrich, Carlos Mayer y Alejandro Menéndez Behety, y Andreu Bausili, antiguo consejero del Ayuntamiento de Barcelona²³. Poco después de fundar la compañía, Ocampo y Girondo, entre otros, abandonaron la empresa, y Rafael Vehils buscó al editor catalán Antonio López Llausás, a quién había conocido en los años veinte en Barcelona. Republicano, López Llausás tuvo que abandonar Barcelona durante la guerra, se escapó a Francia, desde allí viajó a Colombia y Cuba con la intención de establecer un taller de impresión y, ante la falta de éxito, volvió a París para entrar a trabajar en la editorial Hachette.

Tras su incorporación a Sudamericana, López Llausás aumentó paulatinamente su participación en la compañía, hasta hacerse con todo el accionariado²⁴. Según Gloria López Llovet, nieta de López Llausás, “la nueva editorial se planteó entonces un doble objetivo: por un lado, dar a conocer a los autores latinoamericanos, y por el otro, traducir y divulgar la literatura extranjera contemporánea.”²⁵ Sudamericana consiguió conjugar el carácter literario y el comercial. En su labor, contó con la colaboración de Julián Urgoiti, a cargo de la dirección literaria (quien más tarde llegaría a ser presidente de la Cámara Argentina del Libro); y de los asesores literarios Francisco Porrúa, quien entró en Sudamericana en 1955²⁶, Luis Jordana y Enrique Pezzoni. En poco tiempo la editorial se consolidó como una de las más importantes del país por su volumen de ventas.

²² López Llovet, Gloria, *Sudamericana: Antonio López Llausás, un editor con los pies en a tierra*, Buenos Aires, Dunken, 2004, p. 30.

²³ Dalla Corte, Gabriela, y Espósito, Fabio, “Mercado del libro y empresas editoriales entre el centenario de las independencias y la Guerra Civil española: la editorial Sudamericana”, *Revista Complutense de Historia de America*, 36, 2010, p. 277.

²⁴ López Llovet, Gloria, op. cit.

²⁵ *Ibidem*.

²⁶ La información está tomada de de Diego, op. cit., pp. 64 y 65.

Otra editorial cardinal en el panorama literario argentino fue Emecé. La compañía fue creada por Mariano Medina del Río, con la participación de Álvaro de las Casas, los gallegos Luis Seoane y Arturo Cuadrado. El apoyo empresarial llegaría de la mano de la familia argentina Braun Menéndez. En 1947 se incorporó el abogado y empresario argentino Bonifacio del Carril, que se convertiría en propietario de la empresa. La editorial publicó títulos importantes de la literatura en castellano y grandes traducciones, por ejemplo de Albert Camus, Franz Kafka y William Faulkner. La imagen del sello está unida, sobre todo, al emblemático escritor argentino Jorge Luis Borges, quien desde 1951 publicó en Emecé la mayor parte de sus obras y participó en la elaboración de distintas colecciones y traducciones²⁷.

Otra editorial argentina relevante fue Losada. Gonzalo Losada había llegado a Argentina en 1928, como responsable de la Editorial Espasa Calpe en el país. Él impulsó la transformación de la empresa tras los problemas a causa de la Guerra Civil española en 1936, se encargó de convertir la compañía en sociedad anónima y coordinar la salida de la colección Austral. En 1938, la llegada de ejecutivos de la casa central de Espasa Calpe a Argentina con distintos criterios de gestión y en las líneas editoriales hicieron que Gonzalo Losada dimitiera de su puesto y comenzase una aventura editorial propia²⁸. La editorial Losada fue creada en 1938 y, además de Losada, fueron socios fundadores Guillermo de Torre y Atilio Rossi; más tarde se sumarían Pedro Henríquez Ureña, Francisco Romero, Felipe y Luis Jiménez de Asúa, Lorenzo Luzuriaga, Amado Alonso, Teodoro Becú y Enrique Pérez. Losada editó gran parte de la obra de los exiliados republicanos españoles, como Rafael Alberti, prohibida por la censura en su país de origen y obras de reconocidos autores argentinos y latinoamericanos, como el poeta chileno Pablo Neruda. También apostaron por la publicación de grandes obras de la literatura y el pensamiento internacional, que se tradujeron al castellano y gracias a Losada se difundieron en toda el área lingüística. Entre ellas podríamos citar *Lo inconsciente* de C. G. Jung y *La metamorfosis* de Kafka.

²⁷ de Diego, José Luis, op. cit.

²⁸ Gudiño Kieffer, Eduardo, Losada: *Gonzalo Losada, el editor que difundió el libro argentino en el mundo*, Buenos Aires, Dunken, 2004.

La segunda potencia editorial en los años cuarenta y cincuenta era México. La posición principal en el mercado azteca la ocupaba el Fondo de Cultura Económica (FCE). La compañía nació en 1934, impulsada por Daniel Cosío Villegas y con estructura jurídica de un fideicomiso del Estado. Su objetivo era difundir textos en castellano de temas económicos²⁹. En los quince años en los que el FCE estuvo bajo la gestión de su primer director, el propio Cosío, el catálogo se amplió y diversificó en colecciones de áreas distintas, Política y Derecho, Sociología, Historia, Tezontle, Filosofía, Antropología, Biblioteca Americana, Tierra Firme y Ciencia y Tecnología.

Otra emblemática editorial mexicana, Siglo XXI, fue creada en 1965 por el argentino Arnaldo Orfila Reynal. Orfila había sido el director del FCE desde 1948 hasta 1967, con una gestión brillante a nivel cultural. Cuando fue expulsado de la entidad paraestatal, por publicar el libro de Oscar Lewis *Los hijos de Sánchez* (que indignó al presidente Gustavo Díaz Ordaz, quien lo consideró un libro contra México), muchos escritores, editores e intelectuales abandonaron el FCE y siguieron a Orfila en su nueva aventura editorial.

Dos editores españoles, ambos exiliados republicanos, fueron los responsables de crear otras dos editoriales mexicanas emblemáticas. Hablamos de Grijalbo y Joaquín Mortiz. Juan Grijabo creó Grijalbo en 1959. Su catálogo se centró en novelas y *best sellers* que tendrían una amplia distribución en toda el área lingüística. La expansión del sello por Hispanoamérica fue rápida, difundiéndose en poco tiempo su catálogo por Argentina, Chile y Venezuela. En cuanto a Joaquín Mortiz, su fundador, Joaquín Díaz-Canedo, había estudiado Literatura en la Universidad Central de Madrid y, posteriormente, cursó Filosofía y Letras en la Universidad Nacional Autónoma de México. En 1942 empezó a trabajar en el FCE, del que llegó a ser gerente general. En 1962, al crear la editorial Joaquín Mortiz puso su experiencia y sus contactos personales como activos de la empresa, convirtiéndola en un auténtico impulsor de literatura mexicana. En la fundación de la editorial participó la casa española Seix Barral, como accionista de la compañía mexicana.

²⁹ Sobre la historia del FCE véase Díaz Arciniega, Víctor, *Historia de la casa: Fondo de Cultura Económica 1934-1994*, México D.F., Fondo de Cultura Económica, 1994; Silva Herzog, Jesús Víctor, “Breve historia del Fondo de Cultura Económica”, en *Cuadernos Americanos*, N° 180, 1972, pp. 161-172.

En cuanto a las editoriales españolas, Espasa Calpe luchó en los años cincuenta por mantener su protagonismo en el mercado del libro en castellano. Espasa Calpe había sido creada en 1925 a partir de la fusión de dos editoriales, Espasa, editorial catalana creada en 1908, y Calpe, compañía madrileña fundada en 1918. La nueva sociedad había nacido en Bilbao, con el capital social más alto de las editoriales de la época, 16 millones de pesetas³⁰. El grupo estaba respaldado por uno de los bancos más importantes de la época, el Banco de Bilbao. El objetivo de Espasa Calpe era revolucionar la industria editorial con una casa al estilo europeo y, en efecto, la empresa se diseñó siguiendo el modelo de las poderosas editoriales alemanas, inglesas o francesas³¹. Su temprana internacionalización le permitió disponer de delegaciones en América, una en Argentina, abierta en 1926, y otra en México desde 1930. Inicialmente se trataba de filiales comerciales, que distribuían obras del sello y de las entidades que le tenían confiada la comercialización en América. Al estallar la Guerra Civil española en 1936, ésta cortó la recepción de remesas desde la casa matriz de Espasa Calpe a sus filiales americanas. El filósofo español José Ortega y Gasset, directivo de la propia editorial, anticipaba en 1938 las consecuencias del conflicto para Espasa Calpe:

“Querido Marañón:

He tenido algunas noticias -todas procedentes de la Argentina- sobre la situación de Espasa Calpe allí. En efecto, [Gonzalo] Losada se ha separado con algunos muchachos de izquierda y ha creado una editorial cuyo capital, de cuantía desconocida, no tiene un origen todavía notorio. Es resueltamente una editorial roja. Yo no sé esto por Olarra que aun no me ha escrito allí, sino por otras personas. Ahora bien, estas añaden, sin dar precisiones, que la situación en que ha quedado Espasa Calpe ortodoxo es delicada ‘financieramente y en punto a dirección’. Yo no entiendo muy bien

³⁰ Estatutos de Espasa Calpe, también en Castellano, Philippe, *Enciclopedia Espasa: Historia de una aventura editorial*, Espasa Calpe, Madrid, 2000, p. 86.

³¹ Véanse Cabrera, Mercedes, *La industria, la prensa y la política: Nicolás M^a de Urgoiti (1869-1951)*, Madrid, 1994; Sánchez Vigil, Juan Miguel, *Calpe: paradigma editorial (1918-1925)*, Editorial Trea, Gijón, 2005.

lo que esto quiere decir y supongo que es un insuficiente conocimiento de la realidad. Pero por otras noticias respecto a nuevas creaciones editoriales allí, de las que ya le hablaré cuando nos veamos por esta costa, empiezo seriamente a temer que, a fuerza de hacer tonterías, esté Calpe en aquella república pasando un momento muy peligroso, que puede ser francamente desastroso [...] fíjese usted, que lisa y llanamente anda en juego nada menos que el control español del libro castellano en Centro y Sud-América”³².

Los gerentes de Espasa se encontraron con un doble problema: la disminución de la cuota de mercado en América a causa de un mero problema de suministro y la publicación de ediciones fraudulentas de los títulos más emblemáticos de la casa. Fue entonces cuando los directivos españoles decidieron empezar a editar desde la sede Argentina, que se transformó en Sociedad Anónima Argentina el 22 de abril de 1937.

La Guerra civil española había abierto una época de crisis para la editorial. El balance de situación de la compañía española arrojaba para 1936 unas pérdidas de 1.319.946,90 pesetas, que se unirían a las registradas entre el 1 de enero de 1937 y el 28 de marzo de 1939 por importe de 453.695,54 pesetas. Como parámetro de comparación, la compañía había obtenido unos beneficios de 1.387.820 pesetas en 1935 y de 1.310.038 pesetas en 1934³³. Los beneficios de abril a diciembre de 1939, de apenas 63.013,90 pesetas, permitieron anticipar el cambio de tendencia en la empresa. La sede argentina de Espasa Calpe tendría un papel principal en esa recuperación. En realidad, la filial bonaerense fue mucho más activa que la casa central española durante toda la década de los años cuarenta. La memoria anual de 1947 refleja claramente las dificultades que atravesó Espasa Calpe durante la posguerra y el papel desarrollado por la sede argentina en la sostenibilidad del proyecto empresarial:

“Nuestra producción ha sido inferior a las posibilidades de nuestra organización debido a estas dificultades por falta de fuerza motriz y, aún mayores, por carencia de primeras materias y, sobre

³² López Vega, Antonio, *Epistolario inédito, Marañón, Ortega, Unamuno*, Madrid, Espasa Calpe, 2008, pp. 197 y 198.

³³ *Anuario Financiero y de Sociedades Anónimas*, 1940.

todo, por la carestía de ellas, que llegan a elevar tan desmesuradamente los costes de las obras, que se han tenido que renunciar a publicaciones y aun a reimpressiones que apenas se venderían apareciendo a precios que las hicieran inasequibles. [...] Las tiradas no se han resentido, sino que por el contrario, hemos tenido en general un aumento, en gran parte debido a que nuestra casa argentina ha podido enviarnos libros de su producción, que nos ha permitido, si bien no en la cantidad que demandaba el mercado, si en una gran proporción, atender la gran apetencia que por nuestro fondo editorial existe³⁴.

El anterior responsable de la sede argentina, Gonzalo Losada, dejó la sucursal para fundar su propio proyecto editorial, la ya mencionada editorial Losada. Los responsables nombraron para sustituirle a Manuel Olarra, trabajador de la casa matriz que había tenido ciertas responsabilidades en las tareas de exportación durante la etapa anterior. A mediados de la década de 1940, las ventas de Espasa Calpe Argentina estaban compuestas en un 61% por ediciones argentinas y 39% por obras que se recibían de la sede española³⁵. La segunda sede americana de Espasa Calpe, situada en México, pasó a ser una sucursal de la compañía argentina el 26 de julio de 1937. Desde ella se comercializaba el catálogo por México, Centroamérica, Estados Unidos, Ecuador, Colombia y Venezuela³⁶. A partir de 1950, la sede mexicana intensificó su línea de publicaciones, especialmente reimpressiones de títulos editados en Buenos Aires, entre ellos de la Colección Austral.

Otra editorial española que supo mantenerse en la elite del tejido editorial en castellano fue editorial Salvat. Fundada por Manuel Salvat Xivixell y su hijo Pablo en 1898, la compañía se convirtió en el primer tercio del siglo XX en una de las más importantes de España. En los años cuarenta, la compañía se vio sumida en la crisis económica de la posguerra española, con fuertes restricciones de producción que le impedían llevar una actividad empresarial normal. En los años cincuenta, la compañía ca-

³⁴ Memoria Espasa Calpe 1947, Archivo histórico BBVA.

³⁵ Olarra Jiménez, Rafael, *Espasa-Calpe: Manuel Olarra un editor con vocación hispanoamericana*, Buenos Aires, Dunken, 2004.

³⁶ *Ibidem*.

talana retomó su crecimiento. Muy bien posicionada a nivel internacional, con fuertes contactos con editoriales extranjeras, la compañía desarrolló proyectos conjuntos con la casa inglesa WB Saunders, la francesa Masson & Cía. y la editorial norteamericana Field Enterprises Educational Corporation³⁷. La diversificación de su catálogo y las fuertes ventas que la compañía consiguió en España y en América Latina le permitieron instalarse en los primeros puestos del ranking del sector editorial español hasta bien entrada la década de los años ochenta, cuando comenzó la concentración empresarial.

¿Era permeable este tejido editorial a los cambios que estaba viviendo la edición internacional en los años centrales del siglo XX? ¿Cómo se adaptaron los editores en castellano a estos cambios? Las editoriales mencionadas se encargaron de introducir los cambios acaecidos en el sector editorial internacional en el área lingüística en castellano. La importación de ideas se tradujo en nuevos productos, formatos de edición y formas de distribución y comercialización. Analizaremos uno a uno todos estos cambios.

Nuevos productos. A imitación de los editores anglosajones e italianos, los editores en castellano empezaron a publicar libros de bolsillo y fascículos. La editorial Salvat fue pionera en el campo del fascículo, en el que entró en virtud de la buena relación de la familia propietaria con la editorial italiana De Agostini, experta en esta línea de negocio. La empresa italiana comenzó a vender el producto en 1959, con la enciclopedia *Il Milione*, que fue muy bien acogida por el público nacional. Los hermanos Boroli animaron a los editores catalanes a hacer lo mismo. Salvat inició el canal de los fascículos con la enciclopedia Monitor (1965), un auténtico éxito de ventas en España y América, al que siguieron muchos proyectos más, como los fascículos de inglés en colaboración con la BBC y de fotografía con Kodak.

Los libros de bolsillo, por su parte, se introdujeron en el sector editorial en castellano a través de varias editoriales. Por supuesto, se podrían considerar precursores los ejemplares editados en las colecciones de Espasa Calpe Colección Universal y Colección Austral. En sentido estricto,

³⁷ Fernández Moya, María, "Creating Knowledge Networks: Spanish Multinational Publishers in Mexico", *Business History Review*, 2012, Vol. 86, Nº 1, pp. 69-98.

en Argentina, los libros de bolsillo llegaron de la mano de Sudamericana y su conocida colección Piragua, con un formato de 11x17 centímetros, precio asequible, tiradas amplias (de más de 10.000 ejemplares), y distribución dentro y fuera del circuito de librerías³⁸. En 1961 se uniría a esta colección el catálogo de Emecé. Dos editoriales españolas, Plaza y Janés y Alianza Editorial, también supieron conquistar un importante porcentaje de mercado y fama en esta rama del negocio, a finales de los años sesenta. Alianza Editorial describía en un artículo publicado en la revista *Información Comercial Española* en julio de 1969 las características del producto:

“A nuestro entender, el libro de bolsillo no significa otra cosa que acercar el lector al libro. Acercarlo primero por su precio, dándole, por una cantidad módica un libro entero y verdadero; acercarlo también por una extensión del número de puestos de venta, ya que el libro de bolsillo puede venderse no sólo en las librerías tradicionales, sino también en supermercados, quioscos, estaciones y librerías-papelerías; acercarlo, por último, por el atractivo y actualidad o permanencia de temas, es decir, por su contenido, y por la buena presentación del continente”³⁹.

Nuevas formas de venta y estrategias de marketing y publicidad. Los fascículos y libros de bolsillo superaron el circuito tradicional de librerías y se empezaron a vender en quioscos y supermercados. La venta a crédito, especialmente de obras enciclopédicas y de gran formato se popularizó. La editorial española Planeta, por ejemplo, basó en esta línea de negocio gran parte de su estrategia de crecimiento inicial. Por supuesto, las innovadoras técnicas de marketing también llegaron a las editoriales, utilizando la televisión y la radio para anunciar ampliamente sus productos. El ejemplo más ilustrativo lo constituye la colección Biblioteca Básica de RTVE, publicada por las casas españolas Alianza Editorial y Salvat a finales de los años sesenta. La asociación de las dos editoriales ganó el concurso organizado por el Ministerio de Información y Turismo para crear una biblioteca con títulos clásicos de la literatura universal a precios asequibles, que pudiese llegar a todos los hogares españoles. La colección

³⁸ López Llovet, Gloria, op. cit.

³⁹ *Información Comercial Española*, 431 (1969), pp. 53 y 54.

contaba con el apoyo impagable de una publicidad gratuita en radio y televisión. Se publicaron títulos como *La Tía Tula*, de Miguel Unamuno; *Las narraciones extraordinarias*, de Edgar Allan Poe; *El espectador*, de José Ortega y Gasset, o *Werther*, de Goethe.

En estas décadas comenzó también la preocupación de las empresas por diferenciarse como sello editorial. Esto suponía publicar ediciones reconocibles para el gran público, potenciar la imagen de la editorial, su singularidad dentro del tejido. Para alcanzar ese objetivo, los editores se esforzaban por crear un catálogo coherente, estructurado en colecciones. Las editoriales argentinas apostaron claramente por esta estrategia. La Colección Austral fue sin duda la estrella de Espasa Calpe Argentina. La casa publicaba alrededor de 10 a 20 títulos por mes, las primeras ediciones contaban con 12.000 ejemplares y era extraordinario el número de reimpressiones. El 30% de la producción se exportaba. El libro costaba \$ 1,50 el ejemplar sencillo y \$2,25 el extra. Sin embargo, una de las líneas más rentables sería el Diccionario Enciclopédico Abreviado, cuya primera edición alcanzó los 22.000 ejemplares y la segunda 20.000. En 1948, las ventas de Diccionario eran un 37% de los ingresos de la editorial, mientras que la Colección Austral aportaba un 30% de los mismos⁴⁰.

En 1939, apenas un año después de su creación, Losada ya contaba con colecciones importantes, que serían bien recibidas por el público. Ese año el catálogo incluía Biblioteca Contemporánea, Las cien obras maestras de la literatura y el pensamiento universal, Biblioteca filosófica, Obras completas de Federico García Lorca y Panoramas. Después, la oferta de Losada se ampliaría con La biblioteca pedagógica, Los grandes novelistas de nuestra América o Poetas de España y América. La Colección cumbre se encargaría de ubicar las obras completas de poetas como Rafael Alberti, León Felipe, Miguel Hernández, Pablo Neruda, Antonio Machado y André Gide. Otra colección se dedicó a Los premios Nobel, publicando trabajos de Rabindranath Tagore, George Bernard Shaw o Thomas Mann, entre otros.

Sudamericana también creó algunas colecciones de gran éxito. Por ejemplo, la colección Horizonte, en la que aparecieron obras tan significativas como *Las palmeras salvajes* de William Faulkner y *Orlando de*

40 Olarra Jiménez, Rafael, op. cit.

Virginia Woolf, ambas con traducción de Jorge Luis Borges⁴¹. La editorial argentina también contaba con colecciones infantiles, colecciones de novelas históricas y biografías, una colección de Grandes Obras (que se vendía a crédito), de Teatro y la Colección Minotauro de Ciencia Ficción. Mención aparte merece la colección de Narrativa Argentina, en la que publicaron autores como Eduardo Mallea, Manuel Mújica Láinez, Julio Cortázar y Ernesto Sábato, entre otros. En 1967 la editorial quedaría vinculada a la literatura de vanguardia latinoamericana, tras la publicación de *Cien Años de Soledad*, de Gabriel García Márquez, uno de los libros más importantes del *boom latinoamericano*. Francisco Porrúa supo ver el potencial del manuscrito. García Márquez publicó toda su obra en la editorial argentina, y su imagen quedó unida a la del sello, no solo a nivel nacional sino internacional. El dueño de Sudamericana, López Llausás, fue también uno de los primeros editores que supo visualizar las posibilidades comerciales de los libros de autoayuda. Es más, lanzó una colección pionera. Sin embargo, el editor entendió que esta línea de textos podía desvirtuar su imagen de marca y decidió publicarlos bajo otra compañía, Editorial Cosmos⁴².

En México, el Fondo de Cultura Económica, bajo la dirección de Arnaldo Orfila Reynal amplió su oferta de libros con colecciones como Letras mexicanas, Breviarios, Lengua y Estudios Literarios, Arte Universal, Vida y Pensamiento de México, Psicología, Psiquiatría y Psicoanálisis y Colección Popular, que tuvieron una gran acogida en toda el área lingüística. La editorial mexicana Joaquín Mortiz y la catalana Seix Barral lanzaron de forma conjunta la colección Nueva Narrativa Hispánica.

Al mismo tiempo que estructuraban los catálogos en forma de colecciones, los editores empezaron a publicar en cuidados formatos, que identificaban al sello. Entre las editoriales españolas, los ejemplares con cubiertas de piel de la editorial Aguilar, el curioso formato de los libros de Alfaguara, diseñados por Enric Satué bajo la dirección de Jaime Salinas, y las cubiertas diseñadas por Daniel Gil para Alianza Editorial, serían ejemplos de esta tendencia. En Argentina destacaban las cubiertas de la Colección Austral de Espasa Calpe, que fueron obra de Hermelin. También las de los artistas Raúl Soldi, Héctor Basaldúa o Rómulo Macció para

⁴¹ López Llovet, Gloria, op. cit.

⁴² Ibidem.

las cubiertas de Sudamericana. El prestigio constituía un intangible que daba valor comercial a la marca. La importancia que el director y dueño de Sudamericana otorgaba a estos detalles muestra la relevancia que tendrían después para llegar a los clientes. López Llausás dejaba el examen minucioso del texto en manos de los asesores literarios y él se ocupaba de la elaboración de catálogos, la publicidad de la editorial en los diarios y la elección de las portadas⁴³.

Los premios literarios fueron una nueva estrategia lanzada para hacer publicidad y dar notoriedad a autores y obras. En Argentina, Losada creó el premio Ricardo Güiraldes en una fecha tan temprana como 1939. En 1942, la misma editorial en colaboración con la Sociedad Argentina de Escritores creó el premio Lorenzo Luzurriaga. A los 20 años de su fundación, en 1958, Losada lanzó un premio de novela abierto a todo mundo hispano que mantendría hasta 1980⁴⁴. Los premios literarios proliferaron también en el panorama español. Nacieron los premios Nadal (1944), Planeta (1952) y Biblioteca Breve (1958).

Internacionalización y sus condicionantes

Con estos nuevos productos editoriales y nuevas estrategias empresariales, los editores afrontaron un proceso de internacionalización, tal y como mostraban los datos cuantitativos recogidos en la sección anterior. El proceso fue progresivo, siguiendo el modelo descrito por la Escuela Upsala descrito en la introducción de este artículo. En los años cuarenta y cincuenta, las editoriales argentinas y mexicanas se instalaron en los mercados latinoamericanos. En Chile, Colombia y Perú, los editores mexicanos arrebataron un porcentaje relevante de cuota de mercado⁴⁵. Los editores argentinos amenazaban también el mercado español peninsular. El Anuario Estadístico de Comercio Exterior de España revela que en la segunda mitad de los años cuarenta, la importación de libros argentinos en España superaba la exportación de libros españoles hacia Argentina.

⁴³ Ibidem, p. 35.

⁴⁴ Gudiño Kieffer, Eduardo, *Losada: Gonzalo Losada, el editor que difundió el libro argentino en el mundo*, Dunken, Buenos Aires, 2004.

⁴⁵ Cámara del Libro de Colombia. AGA Cultura Caja N° 73-000475.

Tras la etapa de exportación, las editoriales argentinas y mexicanas decidieron instalar filiales en otros países, primero en Latinoamérica y, más tarde, en España. Losada creó sucursales en Uruguay, Colombia, Perú y Chile. El FCE se instaló en Buenos Aires en 1945, en Santiago de Chile en 1954 y en Madrid en 1963. En 1973, con la fundación de Fondo de Cultura Económica de España, la entidad comenzó a editar en el país. Juan Grijalbo volvió a España en 1962 con pasaporte mexicano. Su editorial ya exportaba libros mexicanos a la Península, y la vuelta del editor a Cataluña provocó un cambio de estrategia, creándose en Barcelona Editorial Grijalbo SA, entidad sometida a la legislación española desde la que comenzó a editar. Además, Grijalbo contaba con sedes en Argentina, Chile y Venezuela. La editorial Siglo XXI contaba a finales de los sesenta con tres empresas filiales, en España, México y Argentina, un entramado que publicaba en forma de coedición, para distribuir los gastos entre las sedes. Fue el cambio de contexto político, el advenimiento del peronismo, lo que animaría a López Llausás a dar el paso definitivo en la internacionalización de Sudamericana. Ante el temor de verse obligado a dejar el país, el editor fundó dos sucursales en el exterior: EDHASA en España y Hermes, en México. Ambas estaban planteadas como meras distribuidoras de la compañía argentina, si bien Hermes llegó a editar algunos títulos. La labor de Edhasa no estaba exenta de problemas, puesto que muchos de los libros estaban censurados en España y debían venderse por vía clandestina. La editorial argentina El Ateneo contaba con representación en Lima (1950), Río de Janeiro (1952), Caracas y Montevideo (1955) y, en 1958, intentó montar una sucursal en Barcelona que finalmente no prosperó⁴⁶. El libro argentino también salió a otros mercados de habla castellana, incluida España, y se introdujo en el circuito europeo de las coediciones, especialmente en Francia.

Las editoriales españolas habían iniciado la senda de la internacionalización a comienzos del siglo XX, pero la Guerra Civil (1936-1939) y la dura postguerra frenaron ese prometedor proceso empresarial. En la segunda mitad de los años cincuenta y comienzos de los sesenta, cuando las condiciones económicas del país mejoraron, las editoriales retomaron

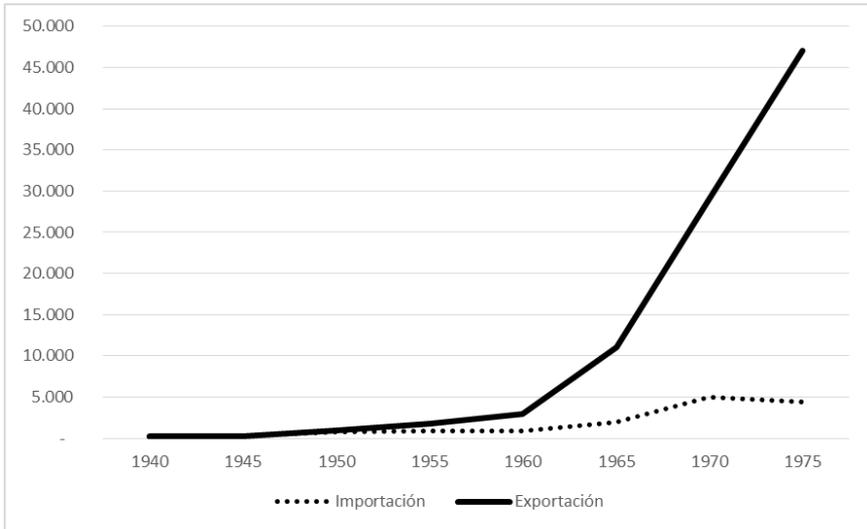
⁴⁶ Véase Aguado, Amalia, “La Consolidación del mercado interno (1956-1975)”, en de Diego, José Luis (dir), *Editoriales y políticas editoriales en Argentina*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2006.

su actividad productiva y exportadora⁴⁷. Los países latinoamericanos se convirtieron en el destino preferente de esas exportaciones. La editorial Salvat, por ejemplo, exportaba entre un 50% y un 60% de su producción en los años cincuenta. En ese momento, la editorial catalana tenía sede en Buenos Aires, México, Caracas, Río de Janeiro y Bogotá. Además disponía de varios corresponsales que se ocupaban de otros países como Perú o Chile. Editoriales como Gustavo Gili, que se había internacionalizado antes de la Guerra Civil, potenció sus sedes en América Latina, e incluso comenzó a editar desde la sede argentina. A nivel agregado, podemos ver en el gráfico 1 que, desde los años cincuenta, la balanza comercial del sector editorial es positiva para España. Los datos cuantitativos muestran un despegue de las cifras de exportación en los años cincuenta, que se acentúa en los años sesenta, muy especialmente a partir de 1965. El comportamiento de la importación es totalmente distinto. Las cifras se mantienen estables hasta 1965, momento en el que crecen ligeramente, aunque mucho menos en la misma proporción que la exportación.

Así, los datos recogidos en el gráfico anterior nos permiten distinguir tres periodos claros en la evolución de la acción exterior del sector editorial durante la etapa franquista. Una primera etapa iría desde 1940 hasta 1950, caracterizada por cifras de exportación muy bajas, puesto que refleja los años más duros de la posguerra española. En ese momento las editoriales argentinas y mexicanas marcaban la pauta en el mercado del libro en castellano. Una segunda fase correspondería a la década siguiente, desde 1950 a 1960. La recuperación que se aprecia en esta etapa parece revelar que la paulatina normalización del país en términos productivos permitió a algunas editoriales retomar sus ventas en el exterior. Sin em-

⁴⁷ Aunque el conjunto del tejido no se había recuperado plenamente, España recuperó una posición importante en el sector editorial internacional en los años cincuenta, gracias a los esfuerzos individuales y a los contactos anteriores de algunos editores que les permitieron continuar su proceso de internacionalización, esfuerzos individuales de casas como Gustavo Gili, Salvat, Espasa Calpe, Aguilar o Editorial Labor. Sin embargo, es importante señalar aquí que en los años cincuenta no se asistió al nacimiento de sector editorial o al inicio de su proceso de internacionalización, las editoriales simplemente retomaron el proceso de internacionalización que la Guerra Civil había interrumpido. Sólo así se entiende la rápida recuperación en los rankings internacionales de la industria editorial española.

Gráfico 1
Exportación de libros (1940-1975)
(Cantidad en kilogramos)



Fuente: *Anuario Estadístico del Comercio Exterior de España*.

bargo, lo más llamativo del gráfico es, sin duda, el fuerte crecimiento a partir de 1965.

¿Qué factores condicionaron las estrategias de internacionalización de las editoriales? Una revisión de la evolución de la estrategia de estas editoriales nos permite señalar un elemento importante en la configuración de las mismas: la actuación de los gobiernos.

En Argentina, por ejemplo, las facilidades impuestas por el gobierno argentino en los años cincuenta beneficiaron la creación del tejido editorial. En concreto, el gobierno argentino potenció la obtención de créditos blandos, que se unió algunos años más tarde a la ayuda estadounidense a través del programa Alianza para el Progreso, por el que Estados Unidos subvencionaba a las editoriales argentinas para editar libros históricos, literarios y científicos. Las cantidades se entregaban como subvención a fondo perdido. Estados Unidos utilizó los libros como material útil, propagandístico, en la Guerra Fría. El país desarrolló un intenso programa de diplomacia cultural que tenía su eje central en la

traducción y distribución de libros americanos que reflejaban el “american way of life”. Inicialmente, el Book Translation Program se encargó de implantar esta estrategia, que desde 1952 se canalizaría a través de instituciones como el Franklin Book Program, financiado por el gobierno americano (alrededor del 30% de su presupuesto), donativos privados de personas individuales y las contribuciones de entidades sin ánimo de lucro como la Ford Foundation, Rockefeller Foundation o Twentieth Century Fund⁴⁸. Para América Latina, empero, Estados Unidos canalizó su ayuda educativa y cultural a través del programa Alianza para el Progreso. Entre los objetivos del proyecto estaba el apoyo a la alfabetización del continente, garantizar una educación primaria mínima de al menos seis años y modernizar y mejorar la enseñanza media y superior⁴⁹. En el plano puramente editorial, la ayuda se centraba en la asistencia técnica para edición e impresión y en la concesión de subvenciones, bien a la traducción de obras americanas, bien a la edición de autores nacionales cuyos libros eran considerados de gran valía por su contenido literario y/o científico. Los ejemplares de los libros subvencionados habían de ser distribuidos entre los países latinoamericanos. El programa también financiaba exposiciones de libros y congresos de editores y becaba a algunos de ellos para estudiar en Estados Unidos⁵⁰.

En México, el gobierno intervino en el sector editorial en varios sentidos. El Estado mexicano estaba y está muy presente en el mundo editorial de su país a través de dos instituciones: la Comisión Nacional

⁴⁸ Princeton University, Franklin Book Program Archives, Box 15, Folder 1. La confluencia de intereses políticos y comerciales queda patente si tenemos en cuenta que la entidad estaba dirigida por miembros de las más importantes editoriales americanas, como McGraw Hill, Harvard University Press, American Books, Pantheon Books, Macmillan o Houghton Mifflin.

⁴⁹ National Archives and Records Administration (NARA). Punta del Este Meeting. Department of State, Bureau of Inter-American Affairs Office of the Deputy Assistant Secretary. Entry: A13149. Subject Files 61-62.

⁵⁰ Entre 1952 y 1961, Estados Unidos concedió un total de 82 de becas a editores latinoamericanos para estudiar en el país. NARA, Memorandum for Dr. Morales Carrión, Coordinator of the Latin American Book Program, Department of State. Subject: Draft USIA/AID Agreement of Latin America Book Program. Department of State, Bureau of Inter-American Affairs, Office of the Deputy Assistant Secretary. Entry: A13149. Subject Files 61-62.

de Libros de Texto Gratuitos (CONALITEG) y el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA). La Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuitos se creó el 12 febrero de 1959, como organismo dependiente de la Secretaría de Educación Pública, asumiendo el gobierno mexicano la gestión y distribución de libros de texto gratuitos para enseñanza primaria. A través de esta entidad, el Estado marcaba los contenidos de los libros de enseñanza primaria, que tenían carácter de textos únicos. De 1959 a 1970, el Estado mexicano se encargó de la edición de los textos, que más tarde se imprimían en industrias privadas. Desde 1970, la Comisión de Pedagogía marcaría los contenidos de los libros, para su uniformidad, pero éstos eran editados por empresas privadas, a las que el Estado compraba la producción. Desde entonces, el sector de libros de texto ha tenido (y tiene) en México un gran mercado, aunque desde esta etapa, su comercialización se sometió a la intermediación gubernamental. La distribución de ejemplares pasó de 15 a 70 millones de pesos mexicanos entre 1959 y 1975, muestra de la gran demanda que tenía este tipo de libros⁵¹. Actualmente, los libros de primaria se producen en un 25% en talleres de la CONALITEG, mientras que el restante 75% corresponde a editores privados a los que la institución pública compra la producción. La CONALITEG se encarga de la distribución de todos los ejemplares. En libros de texto de secundaria el Gobierno marca los contenidos, y las editoriales presentan sus títulos dentro de esos requisitos. Posteriormente, la Secretaría de Educación Pública es la encargada de comprar a las editoriales. La otra entidad estatal con participación activa en el sector editorial es el CONACULTA, creada en 1988. Esta institución coedita el 80% de sus publicaciones con iniciativa privada, con amplia participación de las editoriales españolas y argentinas a través de sus filiales mexicanas.

Pero la implicación del Estado mexicano en el sector editorial no se limita a la actuación de esos organismos. La preocupación de los distintos gobiernos mexicanos por proteger la industria editorial de su país también ha llevado a establecer aranceles y prohibiciones de entrada a libros extranjeros en distintos momentos. En 1974 esta política proteccionista

⁵¹ *Communication et Langages* N° 33, Primer trimestre 1977, “Le Livre au Mexique”, AGA, Sección Cultura, Caja 87413.

tuvo un punto de inflexión importante. En 1972, una avalancha de importaciones editoriales alarmó a la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, el gremio de editores mexicanos. El país estaba inmerso en esa época en una política económica de Industrialización por Sustitución de Importaciones, lo que chocaba con el aumento exponencial de las importaciones desde el año 1970, que había provocado un déficit creciente en la balanza comercial del sector editorial mexicano. Si en 1970 las importaciones de libros a México habían sido de 220 millones de pesos y las exportaciones de 222 millones de pesos, para 1973, las importaciones ya ascendían a 700 millones de pesos, mientras las exportaciones se habían reducido a 200 millones de pesos⁵². En opinión del gremio, la entrada masiva de competencia extranjera encarecía el precio del libro mexicano y colocaba a la industria nacional en una situación de desventaja⁵³. Por consiguiente, la institución planteó al Gobierno Federal la necesidad de poner límites a la importación de libros⁵⁴.

Las medidas propuestas por los editores mexicanos consistían en restringir la importación de libros a un máximo de 1.500 ejemplares por título y establecer un permiso previo a la importación, un sistema por cupos a las librerías en función de las ventas en el último o en los dos últimos años. A los particulares se les impedía importar más de tres libros. Las universidades estaban exentas, pudiendo importar sin restricciones. Los fascículos o series, vendidos en muchas ocasiones por voceadores, tenían permitida la entrada hasta que concluyese la serie⁵⁵. La consecuencia más importante de la crisis, no obstante, fue el cambio de estrategia adoptado por algunas editoriales extranjeras. En el fondo, las medidas de protección a la industria editorial nacional obligarían a las editoriales extranjeras con importante volumen de venta en México a editar en el país, bien creando filiales propias, bien en colaboración

⁵² Datos de la Cámara Nacional de la Industria editorial Mexicana. AGA Sección Cultura caja 87413.

⁵³ *Novedades*, 18 de febrero de 1974. AGA Sección Cultura caja 87413.

⁵⁴ Fernández Moya, María, “Editores españoles a ambos lados del Atlántico”, *Historia del Presente*, 2008, vol. 12, II época, pp. 97-110.

⁵⁵ Los voceadores eran vendedores ambulantes que distribuían periódicos, revistas y otros productos editoriales. *El Sol de México* 26/2/1974 recogido en AGA Cultura 87413.

con algún socio. Es un efecto típico del proteccionismo sobre la inversión directa extranjera. Las bondades del sistema de edición local las anticipaba el Presidente de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana en 1973:

“La consecuencia lógica es que tendrá que haber una sustitución de todas aquellas obras que por su importancia requieran un tiraje mayor, lo que obligará a los editores que hoy nos venden centenas de millones de pesos de su producción, a venir a México a producir esos libros con los que se obtendrá un incremento para los talleres de artes gráficas, creación de nuevas plantas de trabajo que tanto necesitamos, aumento de los consumos de materias primas y dichos libros podrán ser exportados desde México en lugar de estar solamente recibéndolos”⁵⁶.

En España, la intervención gubernamental en el sector editorial tuvo dos ejes principales: la censura y el apoyo financiero. Para dirigir la política oficial, las publicaciones bibliográficas y coordinar las actividades del sector, el gobierno franquista creó el Instituto Nacional del Libro Español (INLE) con carácter de Organismo Autónomo dependiente de la Subsecretaría de Prensa y Propaganda del Ministerio de Gobernación. La institución fue creada por la Orden Ministerial de Gobernación el 23 de mayo de 1939 como “organismo central de consulta y dirección de todos los problemas relativos a la producción y difusión del libro español”. El apoyo al sector editorial por parte del gobierno franquista comenzó en teoría en 1946, cuando el gobierno publicó la Ley de Protección del Libro, con la que pretendía solucionar parte de los problemas que estrangulaban al sector, sobre todo la carestía y el difícil acceso al papel de calidad. A pesar de las buenas intenciones de la ley, su confusa reglamentación y la aplicación que hacían de ella los organismos encargados de su cumplimiento anulaban los teóricos beneficios.

El gran punto de inflexión llegaría en los años sesenta. A comienzos de la década, el Estado español se propuso impulsar la recon-

⁵⁶ El Presidente de la Cámara Nacional en entrevista a *Diorama de la Cultura*, 1974. AGA, Sección Cultura, Caja 87413.

versión del tejido empresarial español y, en último término, conseguir la plena industrialización del país. Las reformas se articularon a través de distintos instrumentos de política económica. Dos leyes tuvieron un papel central en ese proceso: la Ley de Industrias de Interés Preferente, de 2 de diciembre de 1963, y los Planes de Desarrollo (la primera normativa fue la Ley 194/1963, de 28 de diciembre). La industria editorial fue declarada de interés preferente en diciembre de 1963. Los artículos 16º y 17º de la Ley 194/1963 de 28 de diciembre por la que se creó el Plan de Desarrollo Económico y Social para el periodo 1964-1967 calificaban como sector prioritario a los efectos de la concesión del crédito oficial a la industria editorial. El desarrollo de las condiciones en que tales auxilios habían de ser prestados se realizó en las órdenes de Ministerio de Hacienda de 23 de julio de 1964 y del Ministerio de Información y Turismo de 26 de noviembre de 1964. Tras la calificación de prioritario, el Gobierno no dictó una nueva ley para el sector editorial. Una serie de decretos emitidos entre los años 1963 y 1971 vinieron a anular de hecho la ley de 1946, oficialmente vigente. Se trataba de un conjunto de normas que pretendían ser la solución a los problemas de la etapa anterior: importación de papel, exención del impuesto de utilidades, desgravación fiscal a la exportación, facilidades de financiación y reforma de las pólizas de seguros a la exportación. Estas medidas y los beneficios que generaron en el sector editorial español explican la trayectoria de las exportaciones españolas, que como vimos en el Gráfico 1 sufrió una evolución espectacular a partir de 1965.

En resumen, el papel de los distintos gobiernos es fundamental para entender el diseño de las estrategias empresariales desarrolladas por los editores en la etapa 1950-1973 (antes del periodo de concentración) en tres sentidos. En primer lugar, las condiciones económicas del país y las facilidades impuestas por los gobiernos condicionaban la facilidad de producción. En segundo lugar los aranceles impuestos a la entrada de libros extranjeros condicionaban la política de exportación. La censura que se instaló en los tres países en distintos momentos también determinó los catálogos. Todas estas políticas condicionaron las estrategias de internacionalización de los editores de los tres países. Las editoriales debían adaptarse a ellas si querían maximizar sus beneficios.

Conclusiones

Esta investigación muestra como en los años centrales del siglo XX los tejidos editoriales de Argentina, México y España se desarrollaron e iniciaron sendos procesos de internacionalización. Las cifras ofrecidas por el organismo internacional UNESCO verifican que estos países eran los tres centros editoriales del área lingüística en castellano. Aunque es necesario avanzar en la investigación con estudios de caso que permitan profundizar en el análisis microeconómico, este trabajo confirma que las editoriales de esos países se encargaron de trasladar los cambios en el sector editorial internacional al interior de su mercado. Las editoriales fueron especialmente eficientes desarrollando nuevos productos (libros de bolsillo y fascículos) y en su apuesta por nuevas estrategias comerciales, de distribución y marketing. Las editoriales apostaron por un proceso de internacionalización progresivo, siguiendo el modelo de la Escuela de Uppsala, tanto en la elección de mercados exteriores (cercanos en lengua y cultura), como en el carácter gradual de la estrategia. Casi todas las editoriales destacadas de los tres países iniciaron su proceso de internacionalización con exportaciones, continuaron con filiales comerciales y, finalmente, dieron el paso a filiales productivas.

El trabajo muestra también que la competencia entre los tres sectores editoriales era fuerte y un elemento decisivo fue el papel de los distintos gobiernos nacionales. Así, los tres países desarrollaron en distintos momentos políticas del apoyo a sus tejidos editoriales. Argentina en los años cincuenta fue muy activa en este campo, beneficiando el liderazgo asumido por sus editoriales dentro del área lingüística. El gobierno español franquista tomó el relevo a esas medidas en los años sesenta. Esas ayudas financieras, destinadas especialmente a la exportación de libros, impulsaron la internacionalización de las editoriales españolas de forma clara, estimulando también el ascenso del sector en los rankings internacionales. Los distintos gobiernos mexicanos han interferido en la trayectoria del sector editorial. De hecho, el FCE, la editorial más importante del país es paraestatal. Además dos instituciones CONACULTA y CONALITEG se ocupan de comprar y distribuir los libros de texto. Sin embargo, la política proteccionista que más benefi-

ció al tejido editorial mexicano fue tomada en 1974, cuando se pusieron barreras a la cantidad de los libros extranjeros que el país podía importar. Se fortaleció a partir de entonces la edición nacional.

Bibliografía

Aguado, Amalia, “La Consolidación del mercado interno (1956-1975)”, en de Diego, José Luis (dir.), *Editoriales y políticas editoriales en Argentina*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2006.

Cabrera, Mercedes, *La industria, la prensa y la política: Nicolás M^a de Urgoiti (1869-1951)*, Madrid, 1994.

Castellano, Philippe, *Enciclopedia Espasa: Historia de una aventura editorial*, Espasa Calpe, Madrid, 2000.

Communication et Langues N° 33, Primer trimestre 1977

Dalla Corte, Gabriela, y Espósito, Fabio, “Mercado del libro y empresas editoriales entre el centenario de las independencias y la Guerra Civil española y la Guerra Civil española: la editorial Sudamericana”, *Revista Complutense de Historia de América*, 36, 2010.

de Diego, José Luis, “La época de oro de la industria editorial (1938-1955)”, en de Diego, José Luis (dir.), *Editoriales y políticas editoriales en Argentina*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2006.

Díaz Arciniega, Víctor, *Historia de la casa: Fondo de Cultura Económica 1934-1994*, Fondo de Cultura Económica, México D.F., 1994.

Fernández Moya, María, “Creating Knowledge Networks: Spanish Multinational Publishers in Mexico”, *Business History Review*, Vol. 86, N° 1, 2012, pp. 69-98.

Fernández Moya, María, “Multinacionales del castellano. La internacionalización del sector editorial español”, *Revista de Historia Industrial*, vol. 40, N° 2, 2009, pp. 23-50.

Fernández Moya, María, “Editores españoles a ambos lados del Atlántico”, *Historia del Presente*, 2008, vol. 12, II época, pp. 97-110.

Giuliani, Alejandra, “La emergencia de estrategias editoriales colectivas en Argentina: El Primer Congreso de Editores e Impresores Argentinos (1938)”, *Primer Coloquio sobre la Historia de las Políticas Editoriales en la Argentina*, Museo de la Lengua y Dirección de Cultura

de la Biblioteca Nacional Mariano Moreno, Buenos Aires, 2 y 3 de Julio de 2015.

Gudiño Kieffer, Eduardo, *Losada: Gonzalo Losada, el editor que difundió el libro argentino en el mundo*, Dunken, Buenos Aires, 2004.

Jackson, Gregory, y Deeg, Richard, “Comparing capitalisms: Understanding institutional diversity and its implications for international business”, *Journal of International Business Studies*, Vol. 39, N° 4, 2008, pp. 540-561.

Johanson, Jan y Vhalme, Jan-Erik, “The mechanism of internationalization”, *International Marketing Review*, vol. 7, N° 4, 1990, pp. 11-24.

Johanson, Jan y Vhalme, Jan-Erik, “The internalization process of the firm: a model of knowledge development and increasing foreign market commitments”, *Journal of International Business Studies*, vol. 8, n° 1, marzo, 1977, pp. 23-32.

Johanson, Jan y Wiedersheim, Paul, “The internationalisation of the firm: four Swedish case studies”, *Journal of Management Studies*, vol. 12, N° 3, 1975, pp. 305-322.

Larraz Elorriaga, Fernando, “1938, año cero de la ‘Edad de oro de la edición argentina’. Política y cultura en la gestación de las editoriales Losada y Sudamericana”, *Primer Coloquio sobre la Historia de las Políticas Editoriales en la Argentina*, Museo de la Lengua y Dirección de Cultura de la Biblioteca Nacional Mariano Moreno, Buenos Aires, 2 y 3 de Julio de 2015.

Larraz Elorriaga, Fernando, “El mestizaje editorial: Las editoriales de los exiliados republicanos en América”, en de la Fuente Ballesteros, Ricardo y Pérez-Magallón, Jesús (eds.), *La cultura hispánica en sus cruces transatlánticos*, Universitas Castellae (Colección Cultura Iberoamericana), Valladolid, 2006, pp. 149-170.

López Llovet, Gloria, *Sudamericana: Antonio López Llausás, un editor con los pies en la tierra*, Dunken, Buenos Aires, 2004.

López Vega, Antonio, *Epistolario inédito, Marañón, Ortega, Unamuno*, Espasa Calpe, Madrid, 2008.

Martínez, Jesús A. (dir.), *Historia de la edición en España (1939-1975)*, Marcial Pons, Madrid, 2015.

Martínez, Jesús A. (dir.), *Historia de la edición en España (1836-1936)*, Marcial Pons, Madrid, 2001.

North, Douglass C., *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*, Cambridge University Press, Cambridge, 1990.

Olarra Jiménez, Rafael, *Espasa-Calpe: Manuel Olarra un editor con vocación hispanoamericana*, Dunken, Buenos Aires, 2004.

Román, Viviana, “Políticas editoriales y mercado: las microempresas y pymes editoriales en la Argentina de fines del siglo XX y principios del XXI”, *Jornadas sobre la Historia de las Políticas Editoriales en la Argentina*, Biblioteca Nacional-Museo del Libro y de la Lengua, 2 y 3 de julio de 2015.

Román, Viviana, “Las empresas de la industria editorial en Argentina a fines del XX. Orígenes y evolución”, texto inédito presentado en el *Segundo Congreso Latinoamericano de Historia Económica*, México D.F., Febrero 2010.

Sánchez Vigil, Juan Miguel, *Calpe: paradigma editorial (1918-1925)*, Editorial Trea, Gijón, 2005.

Scott, Richard W., *Institutions and Organisations*, Thousand Oaks, California, 1995.

Silva Herzog, Jesús Víctor, “Breve historia del Fondo de Cultura Económica”, en *Cuadernos Americanos*, N° 180, 1972, pp. 161-172.

Fuentes

“Anuario Estadístico de la Unesco”, publicados en *Courier*, julio 1972.

Anuario Financiero y de Sociedades Anónimas, 1940.

Cámara del Libro de Colombia. AGA Cultura Caja N° 73-000475.

Cámara Nacional de la Industria editorial Mexicana. AGA Sección Cultura caja 87413.

Centro de Estudios para la producción (CEP), *La Industria del Libro en Argentina, Secretaria de Industria, Comercio y Pequeña y Mediana empresa*, 2005.

Diorama de la Cultura, 1974, AGA, Sección Cultura, Caja 87413.

El Libro Español, tomo II 1970.

El Libro Español, Junio de 1970.

El Sol de México 26/2/1974 recogido en AGA Cultura 87413.

Estatutos de Espasa Calpe.

Información Comercial Española, 431 (1969), pp. 53-54.

“Las grandes corrientes del mercado hispánico”, *Courier*, Septiembre 1965.

“Le Livre au Mexique”, AGA, Sección Cultura, Caja 87413.

National Archives and Records Administration (NARA). Punta del Este Meeting. Department of State, Bureau of Inter-American Affairs Office of the Deputy Assistant Secretary. Entry: A13149. Subject Files 61-62.

Novedades, 18 de febrero de 1974, AGA Sección Cultura caja 87413.

Robert Escarpit, “La Revolución del libro”, *Courier*, Septiembre 1965.

Las editoriales universitarias: los caminos de la profesionalización

Flavia Costa
(CONICET-IDAES/ Directora de la Diplomatura de
Estudios Avanzados en Edición - UNIPE)
Leandro de Sagastizábal
(Presidente de la CONABIP/Director de la Diplomatura
de Estudios Avanzados en Edición - UNIPE)

Resumen

Este artículo analiza algunos elementos relacionados con el proceso de profesionalización que se ha venido dando en las editoriales de las universidades nacionales argentinas en la última década. Como en otras actividades profesionales o disciplinas académicas, una serie de elementos resultan indicadores del grado de madurez que estas instituciones van desarrollando u obteniendo, así como la medida en que se acercan a su consolidación.

En el caso que nos ocupa, identificamos los siguientes elementos: concretar espacios de asociacionismo, integrar espacios cada vez más visibles en las organizaciones que representan al sector editorial, participar en ferias locales e internacionales, promover instancias de capacitación y formación de sus integrantes y producir libros de muy buena calidad. Además de otros aspectos que justifican y nos impulsan a su estudio en particular dentro del heterogéneo campo de la producción editorial, como son la cantidad de esos emprendimientos culturales y de sus producciones, y la identidad adquirida dentro y fuera del campo de la vida universitaria.

Describir ese camino, dotarlo de una historia propia, identificar el rol clave del Estado en este proceso, proponer algunas definiciones específicas para el mismo y contextualizarlo en el conjunto de la producción editorial son algunos de los objetivos de este artículo.

Palabras clave

Profesionalización editorial; Editores universitarios; Asociacionismo; Formación de equipos.

University presses: the paths of professionalization

Abstract

This article discusses some of the elements related to the process of professionalization that has been taking place in argentinian university presses in the last decade. As in other professional activities or academic disciplines, a number of elements indicate the degree of maturity that these institutions are developing or obtaining and to what extent they approach their consolidation.

In the specific case we are studying, we identify the following actions: materialization of areas of partnership, participation in management levels in the organizations that represent the publishing industry, presence in local and international fairs, promotion of training instances of its members and production of books of very good quality. There are also other aspects that justify and drive us to this particular study within the heterogeneous field of publishing, as well as the amount of those cultural undertakings and their productions, and the identity they acquired inside and outside the field of university life.

Some of the objectives of this article are: to describe this path, providing it with its own history, identify the key role of the State in this process, propose some specific definitions, and contextualize this path in the whole field of publishing.

Key words

Editorial professionalization; University editors; Partnership; Team training and formation.

Introducción

En la última década, las editoriales de universidades públicas han experimentado un proceso de expansión que se manifiesta en hechos notorios: crecimiento del número de casas editoriales activas;¹ creación

¹ Según datos de 2015 de la Red de Editoriales de las Universidades Nacionales (REUN), entre los años 2005 y 2015, los sellos editoriales universitarios pasaron

a finales de 2013 de la Librería Universitaria Argentina;² participación de sus miembros en las cámaras profesionales del sector y, en particular, en la Cámara Argentina del Libro, donde en los últimos años los editores universitarios han ocupado diferentes posiciones en sus órganos de conducción; políticas públicas de apoyo específicas para el sector; presencia en Ferias Nacionales e Internacionales; creación de espacios de capacitación profesional y de formación académica, por citar sólo algunos datos³.

Consideramos que esta expansión, que ha sido advertida por los propios directores de estas editoriales y por la (todavía exigua) literatura

de ser 12 a ser 30. Para comprender este dato, brindado en una encuesta por los propios directores editoriales, hay que tener en cuenta al menos tres datos relevantes. Primero, que la mencionada encuesta fue respondida hasta el momento sólo por 30 universidades, no obstante fueron convocadas 40 que, se sabe, tienen sello editorial. Segundo: si bien en varias universidades coexisten diferentes centros, institutos e incluso facultades que publican materiales, cada universidad está representada en la REUN por un solo sello, que es autorizado para ello por su rector. Por ejemplo, la Universidad de Buenos Aires está representada sólo a través de Eudeba. Por otro lado, en la encuesta se consignó la fecha de inicio de actividades de la editorial en tanto tal; esto es, en algunos casos se consigna como fecha de creación el año en que se refundó la editorial sobre la base de un antiguo centro de publicaciones o una imprenta.

² La Librería Universitaria Argentina (LUA), primera librería y centro cultural dedicado de manera no exclusiva pero sí primordial a los libros universitarios, fue inaugurada oficialmente el 9 de diciembre de 2013 en la intersección de las calles Lavalle y Montevideo de la ciudad de Buenos Aires. Nace de una iniciativa del Consejo Interuniversitario Nacional (CIN) a través de su Red de Editoriales de las Universidades Nacionales de la Argentina (REUN), y contó desde sus inicios con el apoyo de la Secretaría de Políticas Universitarias (SPU) del Ministerio de Educación de la Nación. En Internet: www.cin.edu.ar/libreria-y-centro-cultural-del-sistema-universitario-argentino/ Última visita: 15 de diciembre de 2015.

³ Ver en este sentido Costa, Flavia y de Sagastizábal, Leandro, “La profesionalización de los editores universitarios en la Argentina”, en *Actas de las Jornadas de Historia de las políticas editoriales en la Argentina*, julio de 2015, Museo del Libro y de la Lengua, Biblioteca Nacional de la República Argentina, 2015, [en prensa], así como los Informes, Memorias y otros Documentos de la Red de Editoriales de las Universidades Nacionales, en su sitio web: www.reun.com.ar/documentos.php

sobre el tema⁴, pone de manifiesto que asistimos a un momento relevante de profesionalización de la actividad, cuyas características e hitos centrales nos proponemos aquí identificar, en la certeza de que esta tarea todavía no ha sido realizada y que puede ser útil para la planificación y la consolidación de este valioso proceso. Entendemos que este momento de profesionalización implica una continuación pero también algunas discontinuidades respecto de las décadas anteriores, en las que la actividad editorial dentro de las universidades estuvo marcada por una importante heterogeneidad. Por un lado, las editoriales universitarias que se concebían a sí mismas como tales aparecían como herederas de la experiencia pionera del mítico editor Boris Spivacow, fundador en 1958 de la primera editorial universitaria de la Argentina: el sello Eudeba, de la Universidad de Buenos Aires. Experiencia ésta de una significación

⁴ Entre la bibliografía que reflexiona sobre el tema, cabe citar de Sagastizábal, Leandro, *Informe sobre la situación y perspectivas de las editoriales universitarias en Argentina*, IESALC/Unesco, Buenos Aires, 2002; y de Sagastizábal, Leandro, *Estudio comparativo de las editoriales universitarias de América Latina y el Caribe*, Programa del Observatorio de la Educación Superior del Instituto de Educación Superior para América Latina y el Caribe, IESALC/Unesco, Caracas, 2005; de Diego, José Luis (dir.), *Editores y políticas editoriales en Argentina 1880-2000*, Fondo de Cultura Económica, México/Buenos Aires, 2006; Aguilar, Anna Mónica, “Visibilidad en las editoriales universitarias. El encuentro con el lector”, en *Actas del Primer Coloquio Argentino de Estudios sobre el Libro y la Edición*, La Plata, 31 de octubre, 1 y 2 de noviembre de 2012; Centeno, Rafael “Circulación y fronteras comerciales del libro universitario”, *Primer Coloquio Argentino de Estudios sobre el Libro y la Edición*, 2012; La Plata, Argentina, 31 de octubre, 1 y 2 de noviembre de 2012; Costa, Flavia y Gazzera, Carlos, “Políticas editoriales y universidades públicas”, en *Los desafíos de la cultura. Voces del Fénix, La revista del Plan Fénix*, año 4, N° 29, Buenos Aires, octubre 2013. Esta bibliografía se ha ocupado de relevar aspectos de la historia e incluso de la práctica de los editores, de señalar las etapas del proceso de consolidación de la actividad en la Argentina y enumerar los principales ciclos y actores. Aún no se ha trabajado sobre el concepto específico de este artículo ya que son muy recientes los cambios que dan cuenta del mismo y que elementos considerar a la hora de hablar de su dinámica. Además, para una mirada de conjunto en clave estadística de la situación actual de la industria editorial en Argentina resulta de interés ver *El Libro Blanco de la Industria Editorial Argentina 2016*, Informe de datos estadísticos, Cámara Argentina de Publicaciones (CAP), 2016.

cultural, académica y política tan vasta, y al mismo tiempo tan única,⁵ que ni la propia Eudeba en años posteriores, ni otras editoriales muy destacadas como la de las universidades nacionales del Litoral, de Quilmes o, más recientemente, de Villa María, pudieron ni habrían podido emular. Y sin embargo, no podían no referenciarse en ella, en la medida en que representaba el horizonte ideal –por admirable y por inalcanzable– al que aspiraban, en tanto editoriales capaces de incluirse en el vasto ecosistema del libro e incidir en él. Por otro lado, en otras casas de Altos Estudios se institucionalizaron en las últimas dos décadas, a partir de demandas internas y externas, espacios como centros de publicaciones u oficinas de apuntes que cumplían algunas de las tareas propias de las editoriales (como reunir y publicar materiales impresos de docentes e investigadores) pero no otras igualmente relevantes, como la firma de contratos, la edición cuidadosa de los textos, o la difusión y circulación de los libros entre lectores reales o potenciales dentro y fuera de la comunidad de la propia universidad.

Entre uno y otro polos de esta heterogeneidad, está en juego la todavía relativa identificación por parte de las instituciones universitarias del papel central que juegan las mediaciones, y en particular la mediación editorial, en la vida académica y, más en general, en la vida cultural de la comunidad, universitaria o extrauniversitaria. Esto impacta en los criterios de selección de equipos editoriales; en la estabilidad de los directores; en los lineamientos para la definición del catálogo; en la presencia efectiva de los libros publicados por editoriales universitarias en las librerías, en los suplementos culturales y –en definitiva– en la experiencia concreta de autores y lectores. Precisamente para dar respuesta a algunos de estos problemas es que se han desarrollado en los últimos años diferentes estrategias que, en conjunto, denominamos los caminos de la profesionalización.

⁵ Tanto por sus características institucionales, en la medida en que es todavía hoy la única editorial universitaria estructurada como una Sociedad de Economía Mixta (formada por la Universidad y por capitales privados, lo que le da mayor versatilidad y autonomía para la toma de decisiones), como por el escenario histórico, cultural y político en el que se desarrolló, además de, indudablemente, por las cualidades personales del propio Spivacow.

De qué hablamos cuando hablamos de profesionalización

Como nuestro eje central es la profesionalización de la actividad, comenzaremos por enmarcar este concepto con algunas observaciones generales, para luego enumerar algunas realizaciones concretas en el caso específico de la edición universitaria.

¿A qué nos referimos cuando hablamos de *profesionalización* en el ejercicio de una actividad o rama del conocimiento? ¿Al manejo de ciertas destrezas cognitivas, culturales y tecnológicas que producen resultados satisfactorios? ¿A la capacidad de obtener esos resultados en tiempo y forma, con una calidad promedio o superior a la que predomina en un campo o ámbito de desempeño en un momento determinado?

En el caso de los libros, hay siglos de caminos recorridos por los diferentes actores vinculados a ellos, comenzando por los autores y los lectores, continuando con los impresores y los libreros. Todos han atravesado procesos de profesionalización vinculados a cuestiones como las que nos preguntábamos recién. En algún caso su profesionalización implicó el pasaje de una forma tecnológica a otra; en otros, la aparición del deseo de vivir de una actividad, para lo cual transformaron una práctica de índole intelectual y cultural en otra, similar en muchos aspectos, pero con fines económicos; en determinados momentos, se trató fundamentalmente de la posibilidad de asociarse con otros y crear una “masa crítica” capaz de establecer parámetros comunes de desempeño, cumplirlos y hacerlos cumplir. Ahora bien, en la actividad de producir libros hay un actor clave que es indudablemente moderno: el editor, cuyo nacimiento –coinciden los historiadores– data de fines del siglo XIX en casi todo el mundo. En la Argentina, su figura va adquiriendo nitidez en los primeros años del siglo XX y en un camino que tiene algunas características que enseguida describiremos. Lo que queremos destacar en primer lugar es que la profesionalización de los editores es, en principio, el proceso reflexivo a través del cual los distintos actores van adquiriendo los elementos que les permiten constituir y consolidar una identidad en tanto tales. Y en la medida en que se trata de una actividad, la de producir libros, que prácticamente nace a partir de una innovación tecnológica,⁶ su profesionalización no podrá ser

⁶ Una innovación que habría de tener enorme éxito, a juzgar por su duración, que superó los tres siglos, si contamos desde la prensa de imprenta con tipos móviles

la adquisición de un conjunto de conocimientos de una vez y para siempre, sino la adquisición de aquellas aptitudes nodales para trazar estrategias y movilizar procedimientos institucionales, recursos económicos, tecnologías, relaciones interpersonales y criterios sociales, culturales, intelectuales y estéticos para resolver de la manera más satisfactoria el vínculo entre un proyecto imaginado y su materialización.

Para ejemplificar esto podemos contrastar las destrezas que fueron necesarias en un editor hasta no hace muchos años y las que parecen ser prioritarias hoy, cada día con mayor intensidad. Por caso: si hasta hace una década se construía un mercado de lectores a través de las reseñas de los libros en los suplementos culturales de los diarios de mayor tirada, en la actualidad ese objetivo parece también perseguirse desarrollando la comunicación a través de las llamadas redes sociales. O si, como sostiene Fernando Esteves en su *Manual de supervivencia para editores del siglo XXI*⁷, hasta hace poco los libros en papel eran “estáticos” en cuanto a sus contenidos, hoy es posible diseñar libros que prefiguren una cierta interacción con el lector, así como incluir audios, videos, infografías animadas, conexiones con sitios web, etcétera.

Incumbencias profesionales y asociacionismo

Dicho esto, cabe considerar una serie de condiciones que fue consiguiendo en nuestro país la actividad editorial a lo largo del tiempo, seleccionando aspectos del ejercicio de esa actividad que podríamos considerar que marcan su crecimiento, su dinámica o su madurez, es decir, que van describiendo un proceso de profesionalización.

La primera condición ha sido el hecho de adquirir identidad definiendo lo que hoy llamaríamos una “incumbencia profesional”, algo que ocurrió promediando el siglo XX, cuando los editores dejaron de ser los impresores o los libreros que editaban libros, sino quienes –como afirmó Ricardo Rojas al inaugurar la Feria del Libro de 1943– contrataban a un autor y publicaban un libro por su cuenta y riesgo.

moderna de Johannes Gutenberg y Peter Schöffer, en torno a 1450, hasta la aparición de la prensa rotativa de Richard Hoe, en 1846.

⁷ Esteves, Fernando, *Manual de supervivencia para editores del siglo XXI*, Eudeba, Buenos Aires, 2014.

Independientemente de que algunas editoriales siguieran manteniendo imprentas propias, este primer paso significó que la prioridad comenzaba a estar en el armado de un catálogo, otorgando coherencia a líneas temáticas, incorporando diseños propios y otras acciones como la mencionada de buscar un vínculo contractual directo con un autor.

Unos años antes, el sector había conseguido otro elemento importante de madurez profesional: el asociacionismo, es decir, la capacidad de generar junto a sus pares instituciones que los representen y los fortalezcan en sus demandas y objetivos. Así, producto de esos intereses compartidos, nació en 1938 la Cámara Argentina del Libro (CAL), surgida originalmente como Sociedad de Editores y, en 1941, constituida ya en Cámara. La CAL cuenta hoy con más de 500 socios entre editores, distribuidores y librerías, de los cuales unos 350 son editoriales. Y en un mercado heterogéneo, compuesto por grandes grupos transnacionales y muchas otras empresas medianas y pequeñas, mayormente de capitales nacionales, con diferente historia y trayectoria en el país, ella representa hoy la voz de las Pymes. En efecto, además de la CAL, existe en la Argentina una segunda Cámara, la Cámara Argentina de Publicaciones (CAP), nacida en 1970, y que cuenta hoy con aproximadamente 65 asociados. La CAP reunía originalmente de manera central a empresas editoras de revistas y a importadores, si bien contaba también entre sus socios a empresas productoras de libros. Hacia comienzos de la década de 2000, y a partir de una serie de conflictos dentro de la CAL, la CAP vivió un transformación que la llevó a representar los intereses de editoriales de libros, en particular de las grandes editoriales y las empresas transnacionales como Penguin Random House y Planeta, aunque no exclusivamente, ya que algunas empresas participan en ambas cámaras; entre ellas, Eudeba.⁸

En el caso de las ediciones universitarias, este asociacionismo es reciente: la Red de Editoriales de las Universidades Nacionales (REUN), dependiente del Consejo Interuniversitario Nacional, se creó

⁸ Para una breve pero sustanciosa reseña de la evolución de ambas cámaras, ver Román, Viviana, “Estrategias empresariales de las pymes editoriales argentinas a principios del siglo XXI”, *Revista Latina de Sociología*, N° 3, Universidad de La Coruña, España, 2013.

en 1995⁹ con el objetivo principal de “generar un instrumento eficaz para favorecer la promoción, producción, transmisión y circulación del conocimiento y la producción científica y literaria de las Instituciones Universitarias Nacionales, bajo la forma de productos editoriales”, así como de “propiciar el sostenimiento y crecimiento de las Editoriales Universitarias existentes y la creación de editoriales en todas aquellas Instituciones Universitarias Nacionales donde no cuenten con éstas”,¹⁰ tal como menciona el estatuto original de la Red. En el momento de su creación, contaba con 25 miembros; en la Asamblea General de 2014 asistieron 44 representantes de Editoriales Universitarias nacionales.

Es significativo que en sucesivas reformulaciones de este estatuto, se incorporaron nuevos objetivos, entre los cuales cabe destacar los de “Promover la utilización de adelantos tecnológicos”, “Promover la innovación editorial”, “Contactar referentes nacionales e internacionales en las distintas áreas relacionadas con la producción editorial a efectos de eventuales tareas de capacitación, asesoramiento y apertura e investigación de potenciales mercados” y “Estimular la profesionalización a través de la capacitación y formación de los recursos humanos que participan de las editoriales sobre temas pertinentes y sujetos a las necesidades que surjan en el seno de la REUN a solicitud de las editoriales universitarias”, como signos de crecimiento en la especificidad de las demandas y necesidades visualizadas por el conjunto.

De manera coincidente con el incremento de la acción colectiva, en los últimos años la edición universitaria ha adquirido un lugar más visible dentro del sector. Pueden interpretarse como indicios de esta mayor visibilización tres hechos. Por un lado, que desde 2013 las estadísticas de la CAL incluyen en la lectura del registro de ISBN la categoría “Los actores del sector”, a través de la variable “Distribución de títulos según tipo de empresa / entidad”. Allí distinguen entre (a) Empresa editorial,

⁹ La REUN fue creada en 1995. Las reuniones preparatorias se iniciaron en 1994 y hay antecedentes de trabajo previo que se remontan a 1985. También existe desde 2009 la Red de Editoriales de Universidades Privadas (REUP), constituida en el seno del Consejo de Rectores de Universidades Privadas, en una reunión a la que asistieron representantes de 14 universidades. Actualmente, el catálogo 2015 de la REUP reúne la producción de 21 editoriales de universidades privadas.

¹⁰ Estatuto 2007 de la Red de Editoriales de las Universidades Nacionales.

(b) Empresa comercial, (c) Edición de autor, (c) Universidad pública, (d) Institución privada no educativa, (e) Entidad pública + Organismo oficial, (f) Universidad privada y (g) Institución educativa. Para ese año, las publicaciones de Universidades públicas representaron el 6% de los títulos registrados en el ISBN; esto es, 1.690 títulos sobre un total de 27.757 registrados ese año. Cabe mencionar que las principales productoras, las Empresas Editoriales, constituían ese año el 55 % del total, con 15.358 títulos registrados. Y las Universidades privadas, el 1 %, con 363 registros.

En segundo lugar, y en el mismo sentido, en agosto de 2015 la CAP publica el informe *El libro blanco de la industria editorial argentina*, en el que organiza el mapa de las editoriales argentinas a partir de cinco tipos: (a) Editoriales Comercialmente Activas, (b) Ediciones de Autor, (c) Editoriales Universitarias, (d) Ediciones de Organismos Públicos y (e) Ediciones Ocasionales. Según este informe, realizado sobre la base de tres fuentes (ISBN 2014, consultora Promage y datos de la propia CAP), el 42% del total de títulos publicados en 2014 fue editado por las Editoriales Comercialmente Activas, mientras que las Editoriales Universitarias publicaron el 8% de los títulos del año, con 2.227 títulos.¹¹

En tercer lugar, es también parte de esta nueva visibilidad el crecimiento en presencia y cantidad de títulos en el stand que se ocupó de gestionar la exhibición y ventas de las editoriales de las universidades nacionales en la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires. En efecto, la REUN estuvo representada en la FILBA de manera ininterrumpida entre 2005 y 2015, gracias al apoyo de la Secretaría de Políticas Universitarias del Ministerio de Educación de la Nación. En una curva que fue siempre ascendente, cabe mencionar los extremos: en 2005 se presentaron en un stand de 40 metros² libros de 22 editoriales, que exhibieron un total de 756 títulos, mientras que en 2015 se presentaron 36 editoriales con 1.290 títulos, en un stand de 102 metros². Si bien no se cuenta con datos comparativos de ventas desde 2005, en 2015 se vendieron más de dos mil quinientos ejemplares; como dato relevante puede añadirse que las cinco primeras

¹¹ *El Libro blanco...* señala que en 2014 se publicaron en total 28.010 títulos, de los cuales 11.824, un 42 %, fueron publicados por las Editoriales Comercialmente Activas; 5.098, el 18%, fueron Ediciones de Autor; 2.227, un 8%, fueron editados por Editoriales Universitarias; 841, un 3%, fueron ediciones de Organismos Públicos y 8.020, el 29%, fueron ediciones ocasionales.

editoriales en ventas ese año (las editoriales de las universidades nacionales de General Sarmiento, Buenos Aires, Quilmes, Cuyo y Villa María) son editoriales destacadas por su gestión, con direcciones en varios casos concursadas, con catálogos y diseños muy cuidados y títulos que proceden tanto de académicos de la propia universidad como de autores de relevancia en sus campos de conocimientos, traducidos de diferentes lenguas.¹²

Formación, internacionalización, reflexividad

Siguiendo con los aspectos de la profesionalización, un sector profesional crece cuando es capaz de consolidar un espacio de estudio y jerarquización de sus prácticas. De allí que es relevante que la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires se propusiera hace veinte años, conjuntamente con la Cámara Argentina del Libro en tanto institución representativa de los editores, la creación de un ámbito de estudios relacionado con la actividad: la carrera de Edición. Y que a partir de allí se fueran consolidando otros espacios de formación de profesionales vinculados con la edición. Por mencionar algunas desarrolladas en universidades públicas, cabe citar la Maestría en Edición dictada en el marco de la Facultad de Periodismo de la Universidad Nacional de La Plata, la Escuela de librerías de la Universidad Nacional de Tres de Febrero (UNTREF) así como una titulación a término emprendida en 2013 por la Universidad Nacional de Entre Ríos, entre otras iniciativas.

Por otro lado, una dimensión clave de la actividad, que hace a su supervivencia, es la internacionalización, aun cuando se realice en pequeña escala. De allí que la presencia en Ferias Internacionales ha sido otra de las estrategias puestas en marcha, particularmente impulsada por la REUN y apoyada desde el Programa de Promoción de la Universidad Argentina (PPUA), del Ministerio de Educación de la Nación, para consolidar el proceso de profesionalización de los editores que la integran. En efecto, a partir de la creación del PPUA, entre las diferentes acciones impulsadas por ese Programa, una se refirió a la ayuda parcial para que las editoriales universitarias viajaran a las Ferias Internacionales de Frankfurt y/o Guadalajara.

¹² Informe General Librería, presentado al CIN y a la REUN por la gerencia de la Librería Universitaria Argentina, 2015.

Como soporte clave de estas acciones, en una práctica profesional es indispensable la capacidad reflexiva, que se verifica cuando los integrantes de un campo pueden pensar sistemáticamente sus prácticas, eventualmente teorizar sobre ellas, y logran generar ámbitos de transmisión, algo que ha venido ocurriendo de manera periódica en los últimos años en materia de edición. Ejemplos recientes de esto han sido la celebración en 2012 del Primer Coloquio Argentino sobre el Libro y la Edición, en la Facultad de Humanidades de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP); la realización por tres años consecutivos, entre 2013 y 2015, de las Jornadas de Investigación en Edición, Cultura y Comunicación, en el seno de la Facultad de Filosofía y Letras de la UBA; la celebración en julio de 2015 de las Jornadas de Historia de las políticas editoriales en la Argentina, en el Museo del Libro y de la Lengua, así como diferentes jornadas de discusión, como “La agenda del libro argentino hoy: panorama, avances y desafíos”, realizada a finales de 2015 en el Instituto de Desarrollo Económico y Social (IDES). En lo que se refiere a edición universitaria específicamente, el desarrollo de las Jornadas de las Editoriales Universitarias (JEU), que se llevan a cabo en la Feria del Libro de Buenos Aires de manera sostenida desde el 2011, organizadas por la Cátedra de Edición editorial de la Facultad de Filosofía y Letras de la UBA, Ediciones UNL, Editorial de la Universidad Nacional de Quilmes, Eudeba y Fundación El Libro.

Desde el punto de vista de la institucionalización de estos espacios de reflexión e investigación, cabe mencionar en la última década, además de investigaciones en el marco de ámbitos como el Instituto de Investigaciones en Humanidades y Ciencias Sociales de la UNLP, el Instituto de Investigaciones Gino Germani de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA, el Centro de Documentación y de Investigación de la Cultura de Izquierdas en Argentina (CeDInCI) o el Departamento de Ciencias Sociales de Universidad Nacional de Quilmes, cabe destacar el despliegue de ámbitos específicos, como el Programa Cultura Escrita, Mundo Impreso, Campo Intelectual (CeMiCi) que funciona desde 2006 en la Universidad Nacional de Córdoba, el Núcleo de Estudios sobre el Libro y la Edición que dirige Alejandro Dujovne en el IDES y el reciente Programa Mundos del Libro, creado en 2014 en el marco de la editorial de la Universidad Pedagógica (UNPE).

En síntesis: el proceso de profesionalización de una actividad tiene cuando menos dos grandes dimensiones. Una que se expresa en la consolidación de redes o instituciones de quienes comparten esa actividad, como la herramienta necesaria para optimizar y dar visibilidad a las realidades específicas, y otra que es la facilitación y el impulso de los ámbitos para la adquisición de un bagaje de competencias que se van perfeccionando y consolidando a través del tiempo, así como para reflexionar y discutir acerca de la historia, el sentido y la dirección de la tarea en común.

Desafíos de la edición universitaria

Entre las misiones indelegables de las editoriales universitarias está la de comunicar a la sociedad el saber producido en las universidades. Esta tarea, junto a los objetivos institucionales de enseñanza e investigación, definen prioridades y lógicas que en distintos divergen puntos respecto de las prioridades y lógicas de una editorial no universitaria. Ahora bien: esta divergencia no significa que un editor universitario no requiera el conocimiento de las herramientas específicas y de las competencias útiles consolidadas a lo largo del tiempo por el sector editorial no universitario. Es posible debatir acerca de cómo valorar, priorizar, congeniar o articular principios político-institucionales, culturales y científicos con las necesidades profesionales y los saberes prácticos necesarios para el ejercicio de las actividades editoriales; pero un editor no puede dejar de conocerlos, precisamente para poder evaluar si y cómo implementarlos.

Un documento elaborado para fundamentar el motivo de la realización de las Jornadas de las Editoriales Universitarias (JEU) antes mencionadas¹³ señala que la labor editorial en las universidades constituye un espacio particular dentro del campo de la edición. Fundamentalmente es así porque se ve sometida a la presión de dos lógicas orientadas por los objetivos con los que se piensa el objeto libro. Por un lado, que se desarrollan en el marco de instituciones académicas cuyas funciones primordiales

¹³ “¿Por qué las jornadas de edición universitaria?”, documento presentado en las prejornadas realizadas en el marco de la FILBA el 22 de abril de 2010 (JEU, 2010). Blog de las Jornadas de Edición Universitaria. Disponible en: <http://jornadasdeedicionuniversitaria.blogspot.com.ar/p/por-que-organizamos-las-jornadas-de.html> (último acceso: noviembre de 2015).

son la docencia, la investigación y la extensión, y en las que una publicación es pensada como el correlato *natural* de esas funciones. Por otro, las editoriales universitarias enfrentan los problemas propios de organizar (y sostener en el tiempo) una *empresa de cultura*, es decir, un emprendimiento que debe disponer de presupuestos, profesionales especializados, procedimientos administrativos y conocimientos eficaces para hacer libros y para lograr que los mismos lleguen a sus lectores.

Podemos agregar que esa doble condición establece tanto una función de servicio cuya razón de ser es posibilitar que los conocimientos generados en los ámbitos de estudio e investigación sean ampliamente comunicados a la sociedad, como una exigencia de que esa tarea sea llevada adelante con experticia.

El documento mencionado describe la problemática de las editoriales universitarias de la siguiente manera:

Un conjunto de tensiones, entonces, suele recorrer las prácticas de quienes se desempeñan en esos espacios: la dificultad para pensar en términos editoriales dentro del campo académico, la disociación entre el libro como bien cultural y como mercancía, y la aparente contradicción entre socialización del conocimiento y necesidades de comercialización o entre la construcción de un catálogo y la demanda de que se publiquen las producciones académicas de los docentes, entre otras.

A lo largo del tiempo, las editoriales universitarias han hecho recorridos diversos en el intento de articular esas lógicas que, de algún modo, las constituyen. Y, por otra parte, cada una ha desarrollado sus propias estrategias y políticas editoriales en función del perfil institucional de cada universidad y del lugar que esta le ha asignado. Esas experiencias –que aportan la riqueza de la diversidad, entre otras cosas, en la manera en que cada una resuelve problemáticas comunes– son una referencia obligada para encarar un trabajo compartido en este campo¹⁴.

¹⁴ JEU, 2010. Blog de las Jornadas de Edición Universitaria (JEU). <http://jornadasdeedicionuniversitaria.blogspot.com.ar/>

No existen estudios específicos sobre los procesos de profesionalización referidos a los casos de las editoriales universitarias. Por ello, a los efectos de aportar elementos para construir un modelo analítico, quizá sea útil apelar a los escritos que sí existen sobre los caminos y las dificultades de las empresas familiares, que en su gran mayoría son pequeñas y medianas empresas (pymes).

Según señala Javier Francisco Rueda Galvis en su artículo “La profesionalización, el elemento clave de la empresa familiar”¹⁵, una de las principales razones del fracaso de las pymes familiares latinoamericanas radica en la ausencia de planeamientos estratégicos de los emprendimientos. Menciona también otro factor: que el 70 por ciento de los empleados de esas empresas no ha participado de procesos de selección de personal. Apelando a Cristina Girardo, afirma que un primer paso hacia un proceso gradual de cambios se da en el momento en que la empresa diseña puestos de trabajo acordes a las capacidades y potencialidades laborales de los trabajadores, y no a las preferencias personales u otro tipo de decisión que no se relaciona con la disposición respecto de la tarea a realizar¹⁶. En este tipo de organizaciones, entonces, hay dos aspectos a fortalecer: su capacidad para desarrollar estrategias de largo plazo y su modelo de incorporación y formación de las personas que en ellas trabajan.

Cuando se mencionan en esos estudios las dificultades de las pymes para llevar adelante acciones eficaces de crecimiento, siempre están presentes las dificultades para encarar tareas de capacitación en el marco de jornadas laborales tan extensas como intensas, los cambios tecnológicos, el relativo o escaso conocimiento de las características de los mercados a los que se dirigen, las dificultades en las comunicaciones para hacer conocer sus producciones, entre otras.

En una primera mirada exploratoria a las editoriales de las instituciones universitarias argentinas, cabría señalar algunas características comunes que constituyen un desafío:

¹⁵ Rueda Galvis, Javier Francisco, “La profesionalización, el elemento clave de la empresa familiar”, en proyecto del DEA, Diploma de Estudios Avanzados de la Universidad de la Salle de Colombia, 2011.

¹⁶ Girardo, Cristina, “La importancia de la profesionalización de las organizaciones del tercer sector”, en *Revista: Documento de discusión sobre el tercer sector*, N° 13, México DF, 2001.

1) La incipiente constitución del campo, que marca la escasez de modelos a seguir sostenidos en el tiempo, que puedan aplicarse a realidades muy heterogéneas. El modelo de Eudeba, que es sin dudas emblemático para el sector, tiene características difíciles de reproducir, empezando por su cualidad de empresa mixta y pasando por el hecho de que su catálogo editorial ha sido diseñado desde sus orígenes para fortalecer el vínculo de la universidad con la sociedad, antes que en un canal para la producción escrita de docentes e investigadores.

2) Las tareas cotidianas en una editorial universitaria difieren en gran medida de las de una editorial comercial, ya que una parte muy importante de sus acciones están regidas por el modelo de administración de una institución pública: manejos de expedientes, topes y controles estrictos de gastos, reglamentaciones generales que no son comparables con los tiempos, las modalidades de toma de decisiones y las flexibilidades de contratación de una editorial comercial.

3) La necesidad de establecer vínculos y generar discursos destinados a diferentes interlocutores o públicos internos y externos (rector, representante jurídico, director administrativo, consejo superior, docentes, directores de departamento, centro de estudiantes, bibliotecarios y otros, además de los autores y los lectores). Las editoriales de las universidades públicas son empresas más bien pequeñas o muy pequeñas insertas en una gran institución con lógicas y prioridades que no son exclusiva ni prioritariamente la de producir –mucho menos comercializar– libros.

No obstante estos desafíos, las editoriales universitarias argentinas han producido en estos años más y mejores libros, de enorme valor cultural y científico. Y como se evidencia en las diferentes cifras antes relevadas, han ido logrando exhibirlos, comunicarlos y venderlos. Y necesitan seguir haciéndolo, al menos por las siguientes razones:

1) Porque necesitan expandir y difundir el proyecto cultural y científico de la universidad; no dejarlo dentro del claustro, o dentro de un depósito.

2) Porque necesitan lograr continuidad en el tiempo, y para eso una herramienta editorial clave es generar un catálogo valioso. Las editoriales universitarias, como parte integral de una política pública que prioriza la producción y circulación social del conocimiento, en la medida en que están en relación muy cercana con quienes producen los materiales más prestigiosos y demandados por los lectores (incluidos esos lectores tenaces que son los estudiantes y los docentes), son las que pueden emprender ese tipo de proyecto que para una editorial comercial resulta no siempre atractivo, pero que tienden a constituirse en *long sellers*: libros que, por su calidad, son leídos y vendidos a lo largo de los años.

3) Porque si bien son proyectos que no tienen como objetivo la rentabilidad, necesitan ser gestionados con racionalidad para poder sostenerse y, en lo posible, crecer a lo largo del tiempo.

4) Porque para lograr todo lo anterior, necesitan que los investigadores y docentes de la universidad las elijan como editoriales para publicar sus trabajos. Por motivos distintos, los propios docentes e investigadores conocen poco acerca de los sellos de sus casas de estudios, o los consideran una alternativa menos atractiva que otras editoriales comerciales.¹⁷

Realizadas estas reflexiones, deseamos reseñar, sólo a modo de ejemplo, algunos pasos que se han dado en los últimos años y que pueden constituir un punto de partida para nuevas políticas editoriales, al mismo tiempo que nos proponemos realizar una valoración de unos caminos que se ha ido consolidando y, a nuestro entender, de manera positiva. Nos ocuparemos puntualmente de tres: la carrera de edición de la Universidad de

¹⁷ Entre ellos, los más habituales hasta hace poco eran la escasa distribución a nivel nacional; lo reducido de sus tiradas; la ausencia de campañas para difundir los libros una vez publicados o la imprevisibilidad de los tiempos de espera de la editorial. Muchos de estos problemas, no obstante, han empezado a ser enfrentados con eficacia a través de las acciones en red y del fuerte apoyo de políticas públicas sostenidas, como la apertura de la Librería Universitaria Argentina o el stand colectivo en la Feria del Libro de Buenos Aires.

Buenos Aires, la Red de Editoriales de las Universidades Nacionales y las Jornadas de Edición Universitaria.

La carrera de edición en el seno de la Facultad de Filosofía y Letras de la UBA

La carrera de Edición fue creada, como fue dicho antes, a partir de un acuerdo entre la Cámara Argentina del Libro y la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires. Nace como una tecnicatura especializada y con un objetivo de formación profesional. En sus planes de estudio originalmente no se plantearon materias de historia de la edición o de la literatura, no cuenta con un área de investigación y sí uno de pasantías. Ese origen en el seno de la Facultad de Filosofía y Letras de la UBA señala una cierta paradoja, en la medida en que esta Facultad reconocía desde su fundación en 1896 la búsqueda “desinteresada” de los conocimientos, antes que una tendencia “profesionalista” como las de los estudios del Derecho y de Medicina en ese fin del siglo XIX. En relación con esta paradoja fundacional, cabe señalar que en la actualidad, una parte significativa de graduados en ese ámbito de estudios ocupa lugares en el mundo de la edición local en proyectos de distinto tipo y tamaño.

En cuanto a sus dimensiones, en el mencionado informe 2015 de la Cámara Argentina de Publicaciones se señala como uno de los elementos que expresan la vitalidad y dinámica del sector editorial la ampliación de la matrícula de alumnos de esta Carrera, que ha pasado de tener menos de 200 estudiantes en sus años iniciales a los casi 500 actuales. En cuanto a la investigación, si bien no es un objetivo explícito, se ha ido desarrollando de manera notoria, posiblemente debido a la dinámica universitaria en la que la carrera se inscribe. Esto se manifiesta en proyectos reconocidos por la propia Facultad, como también en congresos, encuentros, seminarios, conferencias, que tienen como objeto de análisis temas vinculados al mundo editorial. Incluso esto ha tenido efectos en la producción escrita: si hasta la década de 2000 no se contaba con más de una decena los libros que se habían ocupado de parciales y acotados estudios sobre el sector editorial en nuestro país, en los últimos quince años se han multiplicado de manera vertiginosa los proyectos y libros publicados, que tienen como tema central trayectorias de editores,

historias de casas editoriales, análisis de catálogos, historias intelectuales, etc., muchos de ellos provenientes de docentes y estudiantes de esta Carrera. Es ilustrativo en este sentido el hecho de que la cátedra de *Corrección de estilo*, cuya profesora titular es María Marta García Negroni, su adjunta es Silvia Ramírez Gelbes y entre sus auxiliares docentes están Ana Mosqueda y Andrea Estrada, publicó entre los años 2006-2012 una revista académica titulada *Páginas de Guarda*, que dedicaba aproximadamente un tercio de cada número a temas específicos de la actividad editorial. Como también es significativo que en 2014 la editorial Eudeba decidiera comenzar a publicar una colección, *La vida y los libros*, la primera en el país dedicada exclusivamente a la edición y los editores. Dirigida por Leandro de Sagastizábal, incluye biografías de editores, libros destinados a comprender la lógica del funcionamiento de una editorial, entrevistas a editores, y constituye un material valioso para que se desarrollen trabajos de investigación, al tiempo que introduce en un espacio que va desde los lectores a los periodistas culturales una atención por un tema, el de los libros y sus mediaciones, que hasta el momento no había sido reconocido como objeto de interés por sí mismo.

Las actividades de la Red de Editoriales de las Universidades Nacionales (REUN)

Nos referiremos aquí, no a la institucionalización de la REUN, a la que nos referimos antes, sino de la dinámica que ha cobrado en los últimos años el trabajo en Red, potenciado tanto por políticas públicas específicas como por la acción y las demandas convergentes de diferentes actores que comenzaron a observar a las editoriales como instancias de publicación cada vez más necesarias para docentes e investigadores (dos colectivos que también, en el contexto de los últimos años, asistieron a procesos de expansión y consolidación de sus respectivos ámbitos, académico y científico) y espacios de visibilización valiosos para las propias universidades.

Para dar cuenta de esta dinamización, sintetizaremos la información que, de las memorias de la Red correspondientes al año 2014 –el número 19 desde su creación, como dijimos, en 1995–, informan de manera sucinta pasos importantes dados hacia la profesionalización. No deseamos

hacer un inventario completo sino seleccionar algunas acciones relevantes destinadas a resolver aquellos que, hemos venido sosteniendo, son requerimientos fundamentales de la actividad.

En primer lugar, la necesidad de otorgar identidad al Libro Universitario. Esta meta se propone resolver uno de los problemas centrales de cualquier proyecto editorial, la llegada al público lector. La REUN desarrolló a lo largo del año 2014 un conjunto de acciones tendientes a posicionar la marca Libro Universitario Argentino, gestión que se encuentra en estado de patentamiento avanzado, y a consolidar el espacio de la Librería Universitaria Argentina, que tuvo desde sus inicios una importante participación en la Feria del Libro y comenzó a participar en otras Ferias de todo el país. Asimismo a lo largo de 2014 el local de la librería, en Lavalle 1601, CABA, fue sede de diversas actividades culturales: muestras, presentaciones de libros, charlas y debates vinculados al campo editorial.

En segundo lugar, la REUN se ha propuesto funcionar como generadora de herramientas, como ámbito de discusión y producción de materiales para la divulgación hacia los editores universitarios de saberes y habilidades necesarias para el vínculo de un proyecto editorial con sus potenciales lectores. Es decir que es un espacio que está proponiendo una fuerte orientación profesional para el sector. En esta línea, y con un importante apoyo de diferentes programas gubernamentales –en especial, de la Secretaría de Políticas Universitarias (SPU) del Ministerio de Educación de la Nación, a través de los Programas de Promoción de la Universidad Argentina y de Calidad Universitaria– destinados a ese objetivo, se ha ampliado y consolidado un objetivo de establecer contactos directos con el mundo editorial tanto local como del exterior, a través de apoyos parciales para el stand en la FILBA y para viajes a Ferias internacionales.

Sin lugar a duda las Ferias de Libros son escenarios privilegiados para esos encuentros y es en esos espacios donde se ha estado presente en los últimos años. Se pasó así de algunas iniciativas más bien exploratorias y de aprendizaje, a una más instancia sólida de generación de encuentros concretos sobre las editoriales universitarias, proyectos de coediciones, visitas programadas y con agendas específicas, participación en congresos y encuentros y otro tipo de acciones. En efecto, por ejemplo, fue la Red de Editoriales de las Universidades Nacionales la principal impulsora y

una de las grandes protagonistas del Foro Mundial de la Edición Universitaria (International Convention of University Presses), que se inició en el marco de la Feria de Frankfurt 2013, donde contó con la participación editoriales universitarias de más de 20 países, y continuó en las sucesivas Ferias de Frankfurt en 2014 y 2015, en las que participaron respectivamente unas 70 y 100 editoriales universitarias del mundo.

Además de la Feria del Libro de Buenos Aires, donde se ha ido consolidando una presencia con stands, actividades y participaciones sostenidas desde 2005, se procuró presencia de editores universitarios en una veintena de países de todo el mundo. Tras una participación anterior con el apoyo del Programa de Promoción de la Universidad Argentina, Exportar y la Dirección de Cultura de Cancillería, la REUN visitó en 2014 por segundo año consecutivo la BIBF (sigla oficial en inglés Beijing International Book Fair).

Un objetivo central ha sido la Feria del Libro de Frankfurt, en cuyo marco, el más importante de la industria editorial, la REUN logró movilizar a 17 Editoriales Universitarias con una asistencia record y una presencia decisoria para las actividades del stand Argentino en el Hall 5.1. La REUN tuvo institucionalmente a su cargo tres mesas: (a) La Edición Universitaria en la Argentina, (b) El Libro Universitario y la traducción –con el acompañamiento del Programa Sur, la ABEU (Brasil) y la AAUP (EE.UU)– y (c) la Presentación del Foro Mundial de la Edición Universitaria (International Convention of University Presses), que contó con la participación de Roger Chartier. También en el 2014 fue muy activa la participación en Guadalajara, donde la Argentina era país invitado, y se tomaron contacto con países de América Latina, Europa, África y con EEUU.

En tercer lugar, una de las acciones más sustantivas en relación con políticas de edición y su profesionalización es, a nuestro entender, el lanzamiento en 2014, por parte del Programa de Calidad de la SPU, del Programa de Apoyo al Desarrollo de Editoriales Universitarias. Se trata de un programa destinado a la creación, profesionalización o consolidación de las editoriales de las universidades nacionales. En un esfuerzo conjunto de la SPU y la REUN, que trabajó junto al Programa de Calidad para elaborar las bases de la convocatoria y para realizar las evaluaciones correspondientes, constituye un paso fundamental en el proceso de profesionalización de los editores universitarios y, entendemos, será decisivo para el futuro del sector.

El Programa significó la convocatoria a 52 instituciones universitarias públicas para elaborar proyectos trianuales para reformulación de contenidos y prácticas profesionales, capacitación del personal, adquisición de recursos materiales y equipamiento, campañas de difusión y constitución de redes internacionales, nacionales o regionales, por un monto total de hasta 86 millones de pesos. Esto es, las universidades fueron convocadas a presentar proyectos concursables de tres años de duración por montos de hasta 1.650.000 totales por universidad, a razón de hasta 550.000 por año por unidad académica. Se requirió a las Editoriales Universitarias a presentarse en una de las siguientes categorías: (a) Creación de Editorial, (b) Profesionalización de Editorial o (c) Consolidación o Innovación.

Comenzando 2015, luego de un proceso riguroso que incluyó presentaciones escritas precisas y detalladas, una instancia de exposición y defensa oral de los proyectos ante un jurado compuesto por evaluadores externos, representantes del Ministerio y de la REUN, una devolución escrita de dicha defensa oral con opción a revisión y finalmente la presentación definitiva de los proyectos corregidos y ajustados, treinta y cuatro Universidades estaban en condiciones de firmar los Programas Contratos, cuatro en proceso de adecuación de sus proyectos a partir de observaciones de los jurados y cinco en proceso de ingreso a la etapa de Defensa Oral.

Junto con esto, y para fortalecer las instancias de implementación, así como para favorecer el seguimiento y la evaluación del desarrollo de los Proyectos, se está promoviendo la creación de un Observatorio de la Edición Universitaria.

Estas iniciativas, que están dando sus primeros pasos, permitirían en un futuro cercano que las Editoriales de la REUN influyan en un nuevo esquema federal de la edición, consolidando así los alcances que la Edición Universitaria tiene en el esquema geográfico del país.¹⁸ Será sin dudas

¹⁸ Para dimensionar la importancia de un desarrollo editorial federal, vale la pena recordar dos datos. Uno, que desde el año pasado la Argentina cuenta, en su sistema universitario nacional, con una universidad por provincia. Dos: que actualmente más del 85% de lo que se edita, publica y comercializa en el ecosistema del libro argentino se concreta en la región comprendida por la ciudad de Buenos Aires, Gran Buenos Aires, La Plata y Gran La Plata.

fundamental seguir el proceso de estos Convenios a partir del nuevo escenario político, para ver si estos esfuerzos tendrán la necesaria continuidad, y también para poder analizar el impacto de esta relevante política tanto en el sistema universitario como en el sector del libro.

Las Jornadas de Edición Universitaria (JEU) en el marco de las Jornadas de Profesionales de la Feria del Libro de Buenos Aires.

Nacidas de una iniciativa compartida entre tres editoriales universitarias –Eudeba, la Universidad Nacional del Litoral y la Universidad de Quilmes–, junto a un espacio de docencia –la cátedra de Edición editorial de la carrera de Edición de la UBA– y un espacio representativo de todo el sector editorial –la Fundación el Libro–, se vienen realizando desde el 2011 las Jornadas de Edición Universitaria (JEU).

Han contado con el apoyo del Diploma de Edición del Instituto Universitario ClaeH del Uruguay, la editorial universitaria Alberto Hurtado de Chile, la Red de Editoriales de Universidades Nacionales de la Argentina (REUN) y la Asociación Brasileira de Editoriales Universitarias (ABEU, Brasil).

A lo largo de sus cinco realizaciones en el marco de las Jornadas de Profesionales en la Feria del Libro de Buenos Aires, no solo han ido generando un marco para el encuentro anual y la capacitación de los editores universitarios, sino que dieron muestras de solidez en la continuidad y calidad de sus programas, lo cual es fundamental para consolidarlas. Una parte significativa de sus asistentes son, además, de diferentes países de América Latina.

Las diferentes acciones realizadas en cada edición, consistentes en exposiciones inaugurales realizadas por especialistas, mesas temáticas sobre aspectos nodales del quehacer editorial y talleres de trabajo, pueden seguirse en su blog: <http://jornadasdeedicionuniversitaria.blogspot.com.ar/>. Los organizadores han tenido además la iniciativa de producir, a partir de materiales de cada Jornada, una cuidada colección de libros breves.

Las JEU ha tenido entre sus aciertos el evitar el prejuicio que existe ante lo privado cuando se trata de defender lo público. Varias de las actividades más apreciadas como valiosas por los asistentes han sido realizadas por profesionales con larga trayectoria en empresas privadas, algu-

nos de ellos argentinos y otros brasileños, mexicanos, ingleses o estadounidenses. La transferencia de conocimientos para poder adaptarlos a una lógica propia es un paso fundamental para el campo editorial universitario de nuestro país por dos razones: porque tenemos los profesionales para generarlos, y porque, como hemos visto hasta aquí, tenemos un sector de la edición pública sólido y con objetivos claros que está en condiciones de absorber lo que le sea de utilidad y desechar lo que no se vincule a sus principios y objetivos.

Para cerrar este breve recorrido, vale la pena detenerse, a partir de estas experiencias recién comentadas, en un elemento decisivo para dar un salto cualitativo en la profesionalización de las editoriales universitarias: el valor de compartir los saberes adquiridos o en ebullición. Como bien explica Thomas Piketty en su reciente libro *El capital en el siglo XXI*, las sociedades transitan procesos que están profundizando las diferencias y desigualdades sociales¹⁹. Una de las acciones fundamentales para combatir esas desigualdades, nos dice este autor, es la transmisión generosa de los conocimientos.

Bibliografía

AA.VV., *El Libro Blanco de la Industria Editorial Argentina 2016. Informe de datos estadísticos*, Cámara Argentina de Publicaciones (CAP), Buenos Aires, 2016.

Aguilar, Anna Mónica, “Visibilidad en las editoriales universitarias. El encuentro con el lector”, en *Actas del Primer Coloquio Argentino de Estudios sobre el Libro y la Edición*, La Plata, 31 de octubre, 1 y 2 de noviembre de 2012.

Centeno, Rafael “Circulación y fronteras comerciales del libro universitario”, *Primer Coloquio Argentino de Estudios sobre el Libro y la Edición*, 2012; La Plata, Argentina, 31 de octubre, 1 y 2 de noviembre de 2012.

¹⁹ Piketty, Thomas, *El capital en el siglo XXI*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2014.

Las editoriales universitarias:
los caminos de la profesionalización

Costa, Flavia y Gazzera, Carlos, “Políticas editoriales y universidades públicas”, en *Los desafíos de la cultura. Voces del Fénix, La revista del Plan Fénix*, año 4, N° 29, Buenos Aires, octubre 2013, pp. 115-121.

Costa, Flavia y de Sagastizábal, Leandro, “La profesionalización de los editores universitarios en la Argentina”, en *Actas de las Jornadas de Historia de las políticas editoriales en la Argentina*, julio de 2015, Museo del Libro y de la Lengua, Biblioteca Nacional de la República Argentina, 2015, [en prensa].

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

de Sagastizábal, Leandro, *Estudio comparativo de las editoriales universitarias de América Latina y el Caribe*, Programa del Observatorio de la Educación Superior del Instituto de Educación Superior para América Latina y el Caribe, IESALC/Unesco, Caracas, 2005.

de Sagastizábal, Leandro, *Informe sobre la situación y perspectivas de las editoriales universitarias en Argentina*, IESALC/Unesco, Buenos Aires, 2002.

Dobruskin, Mauro, *Aportes para una la historia de un proyecto académico. La carrera de edición*, Facultad de Filosofía y Letras, UBA, 2014, Mimeo.

Esteves, Fernando, *Manual de supervivencia para editores del siglo XXI*, Eudeba, Buenos Aires, 2014.

Girardo, Cristina, “La importancia de la profesionalización de las organizaciones del tercer sector”, en *Revista: Documento de discusión sobre el tercer sector*, N° 13, México DF, 2001.

Piketty, Thomas, *El capital en el siglo XXI*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2014.

Román, Viviana, “Estrategias empresariales de las pymes editoriales argentinas a principios del siglo XXI”, *Revista Latina de Sociología*, N° 3, Universidad de La Coruña, España, 2013, pp. 133-148.

Rueda Galvis, Javier Francisco, “La profesionalización, el elemento clave de la empresa familiar”, en proyecto del DEA, Diploma de Estudios Avanzados de la Universidad de la Salle de Colombia, 2011.

Documentos

Red de Editoriales de las Universidades Nacionales (REUN), Memoria 2014. Publicada en internet: http://www.reun.com.ar/documentos/Memoria_REUN_2014.pdf

Documentos de la Red de Editoriales de las Universidades Nacionales, en su sitio web: www.reun.com.ar/documentos.php

JEU, 2010. Blog de las Jornadas de Edición Universitaria (JEU). <http://jornadasdeedicionuniversitaria.blogspot.com.ar/>

Convocatoria del Programa de Ayuda al Desarrollo de Editoriales Universitarias, Programa de Calidad Universitaria, Secretaría de Políticas Universitarias, Ministerio de Educación de la Nación, Buenos Aires, 2014.

Reseña

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

En este ensayo, finalista del 41º premio *Anagrama* de esa categoría en el 2013, Jorge Carrión periodiza la fundación de librerías y de su representación artística a partir de un recorrido por la historia del comercio de libros que se extiende desde la Antigua Roma hasta el siglo XXI.

Con varios capítulos que se abocan a identificar las distintas clases de librerías, el autor realiza a lo largo de trece capítulos y un epílogo una tipología. La obra recorre temáticas que van desde *La Biblioteca de Babel* hasta el tratamiento de la librería como un mapamundi revisando tanto las librerías y bibliotecas de la antigüedad Greco-Latina y el nacimiento del empeño de libros estudiantiles como las librerías de los siglos XVI y XVII y las más antiguas en Europa y en América como por ejemplo, Bertrand (Lisboa), Hatchards (Londres) y La Librería de Avila (Buenos Aires). También, dedica un capítulo al análisis de la industrialización del libro en el siglo XIX, otro, al estudio de las librerías políticas y uno más, a la indagación sobre las librerías orientales. Carrión se detiene, igualmente, en el estudio de librerías del fin del mundo y en la relación de las librerías y el turismo, entendiendo arquitectura e interiorismo como factores decisivos del siglo XXI. Un capítulo - sobre el que nos detendremos especialmente más adelante - se concentra en la conformación de las cadenas de librerías para finalmente, ensayar en el epílogo algunas reflexiones sobre las librerías virtuales.

En el desarrollo de toda la obra Jorge Carrión va respondiendo a las preguntas ¿Cuál es el significado de las librerías en el imaginario colectivo?, ¿Cómo se fueron convirtiendo en piezas imprescindibles de la vida moderna?, ¿Por qué son tan inestables, tan mutantes?, ¿Cómo se relacionan con las bibliotecas?, ¿Cual es su papel en la historia de las ideas y de las letras? y ¿Cuáles son las más importantes y por qué?

En el ya referido capítulo *Cadenas de libros* - de nuestro interés particular por la importancia del lugar que ocupan hoy en la comercialización de publicaciones - el autor analiza el mecanismo de inserción de la librería en el mercado capitalista en concomitancia con las nuevas formas

de producción y de comercialización, siendo que, por su propia estructura, la cadena se inserta en un circuito comercial. Este capítulo está centrado, en consecuencia, en el cambio de ritmo; por eso en él se toma en consideración el tema del ferrocarril y de la velocidad.

Relata los orígenes del libro “como éxito comercial” con Walter Scott, a la vez que analiza su consolidación con las obras de Charles Dickens y de William Thackeray. A partir de la indagación del contexto, el autor establece vinculaciones entre el desarrollo de la industria del libro y de la expansión del ferrocarril; afirma, por lo tanto que “Los trenes se convirtieron rápidamente en el vehículo por excelencia del libro: en sus vagones viajaba el papel, las imprentas, sus piezas de recambio, los operarios, los escritores, los libros de una ciudad a otra y, sobre todo, los lectores.” (p. 216).

Desde esta perspectiva, se concentra en el estudio de la cadena de librerías A.H. Wheeler & Co. y sostiene que tuvo el monopolio de venta de libros en las estaciones de tren de la India luego de un acuerdo con el gobierno a fines del siglo XIX. Justifica tal monopolio afirmando que el trato tenía una intención social y educativa, entendido como el principal modo de circulación de la cultura en las zonas más remotas de ese país. Se evidencia en esto último no sólo una mirada eurocéntrica del continente asiático sino también la utilización de argumentos que estuvieron en boga en la denominada “Era del Imperialismo” 1875 - 1914.

Indaga también la instalación de librerías a la calle en Londres, sostiene que las primeras datan de principios del siglo XIX. El libro fue asumiendo entonces su naturaleza de mercancía: “Comenzó a publicitarse en las últimas páginas el resto de los títulos de la misma colección o de la misma editorial; las portadas uniformizaron su diseño para reforzar la identidad del sello e incorporaron los avances de la ilustración; el precio empezó a estamparse para ser utilizado como reclamo o anzuelo” (p. 220).

Este capítulo toma como eje la *movilidad*, haciendo hincapié en el desarrollo del ferrocarril en el marco industrialización y en su poder para cambiar la percepción del tiempo y del espacio a través de la idea de una estructura en red, los viajeros aprenden a leer en la velocidad del tren.

Ya en la nueva sociedad de consumo, con un ritmo vertiginoso y con la expansión de la producción en serie, la moda en los libros cobró nuevo significado. “La moda y la levedad llegan también a los libros:

ediciones de bolsillo, miniaturas baratas, títulos en oferta, cajas de saldo, tablas donde se exponen libros de segunda mano” (p. 221).

A partir de los años cincuenta, luego de las dos guerras mundiales, el mundo se aceleró aún más incorporando la cultura de masas estadounidense, “donde no habrá más remedio que adaptarse a la oferta masiva de ocio que asegure una venta indiscriminada de consumos culturales, dominada por la producción cultural estadounidense” (p. 223).

Asimismo, el ensayista se concentra en las cadenas de libros, como Barnes & Noble que, con más de seiscientas librerías en colegios de Estados Unidos y más de setecientas sucursales urbanas con Starbucks en el interior, colonizó el mercado. Se trata de la primera librería en publicitarse en televisión, llegando a convertirse -desde el punto de vista de Carrión- en una amenaza para la supervivencia de pequeñas librerías autónomas. Sin embargo, ellas no han desaparecido; en tal caso, se han ido transformando en librerías dedicadas a un segmento de mercado, especialmente desde fines del siglo XX.

Por último, Jorge Carrión afirma que, como la librería posee una importancia tradicional comparable a la del teatro o el cine, debe preservarse y potenciar mediante los presupuestos del Estado. De esta forma, el autor entiende a la cultura como motor de desarrollo y transformación social; contempla su alto valor estratégico en la producción de bienes y servicios culturales que buscan la rentabilidad económica, por un lado. A su vez, por otro, toma en cuenta su valor simbólico: es al mismo tiempo creación cultural, productora de valores y generadora de creencias.

En resumen, las ganancias que la vida cultural le puede aportar a la comunidad no siempre cubren los gastos ocasionados y como afirma *Françoise Benhamou* “Sólo en aras del economicismo se puede pretender justificar el gasto cultural en función de los recursos tangibles que éste puede generar como contrapartida”¹. Así, este tipo de análisis puede orientar la política pública: el Estado debe subsidiar las actividades culturales.

Mariana Kunst
UBA/FCE -CEEED

¹ Benhamou, Françoise, *Economía de la cultura*, Ediciones Trilce, Montevideo, 1997.

Normas para publicación

Anuario CEEED es una publicación anual de trabajos sobre historia económica, de la empresa y del desarrollo que se encuentra indizada en el Sistema Regional de información en línea para Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal (Latindex). Las contribuciones enviadas deben ser originales en idioma castellano o portugués y no haber sido publicadas ni estar presentadas en otra publicación. El límite de trabajos en idioma portugués no superará el treinta por ciento de los incluidos en cada número. Los artículos deberán contener resumen y palabras claves tanto en castellano o portugués como en inglés.

Los trabajos recibidos serán considerados por los miembros del Comité Editorial y por evaluadores externos a los fines del referato. Al ser aprobada la publicación los autores cederán al Centro de Estudios Económicos de la Empresa y el Desarrollo (CEEED) los derechos exclusivos para reproducir por cualquier medio y distribuir las contribuciones. Las propuestas se reciben hasta el 30 de junio de cada año, las mismas deberán remitirse por correo electrónico a ceed@econ.uba.ar.

Presentación de Trabajos

Detalle de cuestiones técnicas

- La extensión máxima de los artículos no deberá superar las cuarenta páginas en el formato pautado a continuación.
- Fuente y tamaño tipografía: 11 puntos, Times New Roman.
- Interlineado: sencillo.
- Tamaño de la página: 14, 7 cm de ancho y 19, 5 cm de alto.
- Márgenes: 2 cm superior
 - 1,3 cm exterior
 - 2 cm interior
 - 1, 5 cm inferior

Normas para publicación

- Los títulos, secciones y demás partes del texto deberán escribirse como sigue:
 - *Título del artículo*. En negrita, alineación centrada y tamaño de fuente 11, sin punto al final.
 - *Subtítulos*. En negrita, alineación justificada, tamaño de fuente 11, sin punto al final.
- Las notas y citas bibliográficas deben incluirse a pie de página y deberán consignarse en fuente Times New Roman, tamaño 10. Deben seguirse los siguientes criterios formales:

Libros: apellido y nombre de pila del autor con iniciales en mayúsculas; título completo de la obra en letra cursiva; editorial, si corresponde; lugar de edición; año de publicación; página o páginas. Todo irá separado por comas. Utilizar el siguiente modelo:

Belmartino, Susana, *La atención médica argentina en el siglo XX*, Siglo XXI, Argentina, 2005, p. 222.

Capítulos en obras colectivas: apellido y nombre de pila del autor con iniciales en mayúsculas; título del capítulo entrecomillado; AA. VV. para indicar que se trata de autores varios; título completo de la obra colectiva en cursiva; editorial, si corresponde; lugar de edición; año de publicación; página o páginas. Todo irá separado por comas. Utilizar el siguiente modelo:

Piffano, Horacio, “Teoría Positiva de la Empresa Pública. Autonomía de Gestión y Control de la Gerencia”, en A.A.V.V. *Economía de las Empresas Públicas*, Instituto Torcuato Di Tella/Editorial Tesis, Buenos Aires, 1990, pp. 79-83.

Artículos en libros que fueron compilados o tienen un editor: apellido y nombre de pila del autor con iniciales en mayúsculas; título del artículo entrecomillado; aclarando inmediatamente a continuación -si corresponde- si se trata de editor/es (ed. O eds.) o compilador/es (comp. O

Normas para publicación

comps.); título completo de la obra en cursiva; editorial, si corresponde; lugar de edición; año de publicación; página o páginas. Todo irá separado por comas. Utilizar el siguiente modelo:

Toninelli, Pier Angelo, “The rise and fall of public Enterprise”, en Toninelli, Pier Angelo (ed.), *The rise and fall of state – onwned enterprise in the western world*, Cambridge University Press, New York, 2000, pp. 5-9.

Artículos en revistas: apellido y nombre de pila del autor con iniciales en mayúsculas; título completo del artículo entrecomillado; título de la publicación periódica donde fue publicado en letra cursiva; volumen (vol.), número (nº), fecha de edición, página o páginas, todo separado por comas. Utilizar el siguiente modelo:

Krieger, Mario y Norma Prieto, “Comercio exterior, sustitución de importaciones y tecnología en la industria farmacéutica argentina”, en *Desarrollo Económico*, Vol. 17, nº 66, Julio – septiembre de 1977, p. 180.

Para obras ya citadas se consignará apellido y nombre de pila del autor con iniciales en mayúsculas seguido de *op. cit.* y la/s página/s que corresponda/n, todo separado por comas. Si la obra se ha citado inmediatamente antes se utilizará *Ibidem* y se consignará la/s página/s que corresponda/n.

- El artículo deberá estar precedido por su resumen y palabras claves tanto en castellano/portugués (según corresponda) como en inglés.
- La bibliografía general utilizada debe consignarse al final del artículo, teniendo en cuenta las pautas de citado para libros y artículos anteriores.
- Si se incluyen tablas y/o gráficos deberán remitirse los archivos originales con los que se formularon. Por ejemplo: archivo Excel. Asimismo, se deberá ajustar su extensión al tamaño establecido para la página.
- Si se incluyen imágenes o mapas deberán remitirse los archivos originales por separado en formato .tiff o .jpeg.

