

IV Coloquio Argentino de Estudios sobre el Libro y la Edición

El gen impresor en la edición argentina

Leandro de Sagastizábal¹
ldesagastizabal@gmail.com
Argentina

Resumen: El objetivo de esta ponencia es problematizar sobre los vínculos entre la edición y la impresión en la Argentina desde fines del siglo XIX hasta el momento actual de la digitalización, para reflexionar sobre el desarrollo de los editores en la búsqueda de la dinámica y las formas que habría de caracterizarlos a partir de la administración y el control de los tiempos de publicación; el problema de la inversión financiera; la calidad de los materiales en el proceso de edición como parte de la calidad de un sello editorial; el problema del acceso al papel; y, sobre todo, sobre los diversos modelos de relación entre editores e impresores. Buscamos colaborar así también en el análisis del tránsito, tradicionalmente aceptado, de un modelo impresor-editor o del librero-editor al de editor “puro” para ver cómo ese vínculo cambia de naturaleza, pero se mantiene vigente en casos relevantes que atravesaron la edición moderna, como los de Kraft, Tor, Emecé, Peña Lillo y Teseo.

Así, desde el análisis de casos, ahondaremos en diferentes modalidades de estos vínculos: editoriales con propiedad exclusiva de talleres gráficos o asociaciones de diversos tipos, en las que el modelo de negocios no se concentró en el catálogo o en una determinada política de autor, sino en una relacionada con la impresión de las obras, modelos editoriales que consolidaron la presencia y permanencia de sus catálogos de manera exitosa adaptándose a los diferentes momentos económicos y culturales del país no en cuanto a *qué* editaban sino en *cómo* lo hacían.

Palabras clave: impresores – vínculos editoriales-imprentas – modelos de producción editorial– editores – empresas

La intención de analizar el vínculo entre la historia de las imprentas en la Argentina y el desarrollo de los proyectos editoriales nace a partir de algunos trabajos propios realizados años atrás y de algunas observaciones de intelectuales de establecer ese vínculo como parte de la posibilidad del desarrollo exitoso o no de los proyectos editoriales en América Latina.

Estar viviendo hoy esta etapa de la era digital permite observar una vez más cómo esa relación se modifica en la actividad editorial, ya sea por la desaparición de los

¹ Profesor de Historia por la Universidad de Buenos Aires (UBA). Profesor regular asociado en Introducción al conocimiento de la Sociedad y el Estado, Ciclo Básico Común de la UBA. Director de la carrera de Edición de la Facultad de Filosofía y Letras (UBA). Gerente general de las editoriales Planeta, Eudeba, Fondo de Cultura Económica y Tinta Fresca. Expresidente de la Comisión Nacional de Bibliotecas Populares (Conabip). Coordinador del Proyecto Editora Unesp/Eudeba.

aspectos relacionados con la impresión en lo que hasta hoy entendemos por un libro, o porque las nuevas tecnologías facilitan una nueva realidad: la producción de libros bajo demanda (*on demand*) que evitan la acumulación de stocks.

La intención de esta presentación es reflexionar acerca de la necesidad de estudiar la historia de la edición en nuestro país en relación con otras historias que contribuyan a una mejor comprensión de su desarrollo. Reparar así, por ejemplo, en la dinámica que han tenido en el vínculo con las imprentas, o en las maneras de resolver la provisión de algunos insumos como el papel, nos permite un mayor conocimiento de las fortalezas y las debilidades de nuestros proyectos editoriales.²

En esta ponencia nos proponemos *problematizar los vínculos entre la edición y la impresión* desde fines del siglo XIX hasta el momento actual de la digitalización en la Argentina.

Nuestro objetivo es reflexionar sobre el desarrollo de los editores en su búsqueda de la dinámica y las formas que habrían de caracterizarlos para garantizar aspectos fundamentales de la producción editorial como la administración y el control de los tiempos de publicación; la resolución de problemas como la inversión financiera; la calidad de los materiales en el proceso de edición como parte de la calidad necesaria de un sello editorial; son aspectos que diseñaron diversos modelos de esa relación entre editores e impresores. Buscamos colaborar así también en el análisis del tránsito, tradicionalmente aceptado, desde un modelo impresor-editor o del librero-editor al de editor “puro”, para ver cómo existe un vínculo entre ambos que cambia su naturaleza, pero se mantiene vigente en casos relevantes que transitaron hacia la edición moderna como los de las editoriales Kraft, Tor, Emecé, Peña Lillo, para finalmente diluirse o desaparecer con las nuevas tecnologías como el caso de la editorial Teseo.

El origen de las imprentas locales, la relevancia de los impresores como actores muy importantes a lo largo del siglo XIX y el tipo de vínculo que mantuvieron los editores con la actividad impresora durante las tres cuartas partes del siglo pasado y en el presente son antecedentes para contextualizar el tránsito editorial.

² Sobre este tema, véase Fabio Ares, *Expósitos. La tipografía en Buenos Aires 1780-1824* (2010). En este trabajo el autor, con muy buen criterio, al analizar con mucho detalle el origen impresor en nuestro país, tiene en cuenta elementos como la obtención del papel y las tintas necesarias para la impresión como parte inseparable de la historia de la imprenta en la Argentina.

El interés inicial que motiva esta ponencia fue generado por la lectura realizada hace muchos años de un escrito de 1949 de Daniel Cosío Villegas sobre el vínculo entre España y América Latina en la industria editorial, incluido en un libro compilado y prologado por Gabriel Zaid (1985). En esas reflexiones, el intelectual mexicano, fundador de la editorial Fondo de Cultura Económica, observaba lo siguiente:

Se ha discutido mucho si esa guerra civil fue la causa del nacimiento y florecimiento de la industria editorial de la América Latina, o si fue, simplemente, la ocasión para que naciera y se desarrollara. Por un lado está la significativa coincidencia en el tiempo que existió entre ambos hechos; por otra, la guerra civil hizo emigrar a América a algunos intelectuales españoles que encontraron pronto acomodo como valiosos colaboradores de las nuevas editoriales hispanoamericanas; emigraron a América, asimismo, algunos trabajadores gráficos, pero, sobre todo, elementos directivos de la industria editorial española que se pusieron al frente de importantes editoriales americanas.

Contra esos hechos, de cuya gran significación no es posible dudar, están otros en los que poca o ninguna influencia pudo haber tenido la Guerra Civil española. *Ni en la Argentina misma, en donde las empresas editoriales proliferaron de modo desconcertante, se dio el caso de un solo taller de imprenta fundado por exilados políticos españoles; lo mismo exactamente ocurrió en Chile y en México la única imprenta creada con capital y personal de emigrados españoles fracasó al año escaso de fundarse. Esto quiere decir que toda la industria de artes gráficas en que se apoyó la nueva industria editorial latinoamericana existía íntegra antes, y que los nuevos talleres que se fundaron (varios en la Argentina y no más de tres en México) son de nacionales latinoamericanos (Cosío Villegas en Zaid, 1985. Las itálicas son nuestras).*

Independientemente de coincidir con José Luis de Diego en un artículo incluido en su libro titulado *Los autores no escriben libros. Nuevos aportes a la historia de la edición*, en que se pueda refutar tal afirmación realizada enfáticamente con intenciones de discutir la hegemonía de España en el mercado del libro en Hispanoamérica, puede ser una línea de análisis detenernos en la referencia al vínculo impresor/editor a partir de los antecedentes de una historia impresora que le dio sustento, marco y características propias, al desarrollo vigoroso de la actividad.

Justamente De Diego aporta en ese libro, al analizar la editorial de Santiago Rueda, una observación relacionada con el tema:

Un dato más, solo en apariencia menor, integra el proyecto de Rueda con las editoriales coetáneas; compartió con Losada, pero también con otros sellos del período, dos talleres gráficos de reconocida trayectoria y prestigio: Artes Gráficas Bartolomé Chiesino (Ameghino 38, Avellaneda) y el establecimiento de José López García e hijo (Perú 666, Capital Federal) hecho que dotaba al sello de cierta garantía en el nivel de la impresión y en la calidad del libro ya terminado (De Diego, 2019).

Efectivamente lograr libros de calidad, pero también, como veremos más adelante, garantizar otros aspectos como estar con los libros en el mercado en el momento de la demanda u obtener apoyo financiero fueron razones que explicaron el estrecho vínculo editor/impresor.

Los orígenes

Si seguimos los estudios del padre Guillermo Furlong volcados en su ya clásico libro sobre el tema (Furlong, 1953), podemos ver que desde 1633 el padre jesuita Juan Bautista Ferruino inicia en Roma una solicitud para el abastecimiento de una imprenta para las misiones jesuíticas del Paraguay en la actual provincia de Misiones, así como la asistencia de un padre impresor para operarla.

Esa solicitud se reiteraría a lo largo de casi todo el siglo XVII, aunque será un sacerdote nacido en Viena, llegado al Río de la Plata en 1690, quien comenzará a dar solución local a la iniciativa: Juan Bautista Neumann fue el fundador de la primera imprenta argentina. Con maderas de la región y fundiendo tipos de plomo y estaño dio origen a esa imprenta. Pero no fue el único. El padre José Serrano, asignado como superior en la Reducciones, jugó un rol importante, entre otras razones porque a él se debe otro elemento fundamental para que una imprenta tuviera sentido: los contenidos de un libro. Desde 1694 él tenía su versión en guaraní del libro *De la diferencia entre lo temporal y eterno* cuyo autor era otro religioso: Juan Eusebio Nieremberg, libro que se transformaría en una de las joyas editoriales más valiosas de nuestra historia.

En esos orígenes otro aspecto se revelaría como importante para la edición: la fabricación del papel. Los jesuitas de las Reducciones nunca llegaron, ni en Córdoba ni en Buenos Aires, a implantar una industria del papel. Es más, entre 1700 y 1767, año de su expulsión, según Furlong se introdujeron considerables cantidades de papel

importado e incluso fue su carencia la posible causa de que la actividad gráfica se frenara totalmente en Córdoba a partir de 1765.

En su valiosa investigación sobre la imprenta de Niños Expósitos, Fabio Ares nos dice que no se sabe a ciencia cierta en que años dejó de funcionar la imprenta en el Paraguay, aunque fue antes de la expulsión de los jesuitas (Ares, 2011).

Expulsados los jesuitas y suspendida por varios años la actividad impresora, el siguiente momento importante lo encontramos en la fundación de la imprenta de Niños Expósitos instalada en Buenos Aires en 1780 por iniciativa del virrey Juan José Vértiz y Salcedo. Vértiz se entera de la existencia de prensas en la ciudad de Córdoba que en 1764 habían llegado desde España para la Universidad local; estas se encontraban sin uso alguno y podían ser trasladadas a Buenos Aires.

Domingo Buonocore considera el establecimiento del taller de Niños Expósitos como “la célula o embrión de lo que habría de ser en el futuro la industria gráfica del país, pues sucesivamente se fueron separando en el curso del tiempo, algunos de sus antiguos obreros para luego instalarse por cuenta propia”(Buonocore, 1974). Es decir, que esa histórica oficina tipográfica serviría de escuela para la formación profesional de los que habrían de ser los precursores en materia de imprenta, librerías y encuadernación en la Argentina.

Hasta 1810 más de 1200 publicaciones habían sido producidas por esa imprenta, como cartas, edictos oficiales, y también algunos libros como *El contrato social* de Jean-Jacques Rousseau y el primer periódico del Río de la Plata, el *Telégrafo Mercantil*. Por lo menos hasta 1815 fue la única imprenta en Buenos Aires. Luego de ese año la imprenta de Niños Expósitos y otras muy pocas que comenzaban a instalarse estaban a cargo de una producción de más de cuarenta periódicos, cifra que en 1830 alcanzaría más de doscientos. Casi la mitad circulaban fuera de Buenos Aires.

Domingo Buonocore menciona los tres o cuatro proyectos que se desarrollaron hasta 1830 en Buenos Aires. La imprenta de Juan Nepomuceno Álvarez, quien había sido arrendatario de la imprenta Expósitos hasta 1818; la imprenta *Phoción*, nombre estrambótico como lo define él, propiedad de José María de los Santos y Rubio, exadministrador de la Aduana de Potosí y con “especialidad” para la producción de “anónimos y documentos de dudosa procedencia”; la imprenta Hallet y Cía., editora en algún momento de *La Gaceta Mercantil*; y por último, para cerrar esta etapa, la

Imprenta Argentina de Pedro Ponce, excajista de Expósitos, taller que editaba libros muy importantes y cuya vida se prolongará hasta después de Caseros (Buonocore, 1974).

Vemos entonces que hay un inicio en que los mismos impresores eran quienes publicaban libros y otros productos gráficos al mismo tiempo que van desarrollando destrezas que serán propia de los editores.

Los años posteriores a 1830

Estos años posteriores a la Revolución de Mayo y hasta el último cuarto del siglo XIX, como sostiene Willam Acree (2012) la región del Río de la Plata, es decir Uruguay y la Argentina son los ejemplos más completos en América Latina de cómo se desarrolló la intersección entre medios impresos y la identidad colectiva.

Será excluyente el nombre de Juan Manuel de Rosas, ya sea para ser denostado o reivindicado. Y en esa etapa no puede dejar de mencionarse el rol de Pedro de Angelis. El intelectual, escritor, traductor e impresor napolitano llega al Río de la Plata contratado por Bernardino Rivadavia, pero será durante el gobierno de don Juan Manuel de Rosas cuando adquiere dimensión de impresor por cuanto este lo pondrá al frente de la Imprenta del Estado durante casi todo su gobierno. Desde ese lugar, De Angelis consolida algunos aspectos que lo acercan al rol de un editor. Si seguimos para una breve explicación al académico Bernardo Lozier Almazán (2018) podemos ver como De Angelis, cuando publica su *Colección de obras y documentos relativos a la historia antigua moderna de las Provincias del Río de la Plata*, despliega ciertas destrezas típicamente editoriales para la producción y difusión de la publicación. Por un lado, genera una obra que no es un manuscrito o libro terminado de un autor sino algo que él crea de manera original y cuyo contenido, también original y único, habrá de publicar.

Luego toma resoluciones prácticas ante la imposibilidad de hacer llegar la obra completa a los lectores. Resuelve esa limitación publicando fascículos de 30 páginas para suscriptores. Es decir que publica 70 trabajos que luego conformarán los seis tomos de la obra.

Hacia las últimas décadas del siglo comenzarán los “años de oro” como llama Domingo Buonocore al momento posterior a 1862. Carlos Casavalle, en ese año;

Guillermo Kraft en 1864 y Jacobo Peuser en 1867, y muchos más como Ángel Estrada serán importantes impresores (Buonocuore, 2021).

En su libro *Los encantadores de serpientes*, Arturo Peña Lillo refiere cómo esos precursores son “editores por añadidura”, el negocio de todos ellos es el taller gráfico:

Los imprenteros no dejan de caer en la tentación de hacer algún libro y explorar el terreno editorial. Estas experiencias, generalmente duran poco. Ocurre lo mismo con algunos librereros que de tanto en tanto editan libros, ya sea por la relación personal que los liga al autor, como por un secreto anhelo largamente postergado. Estas incursiones en el terreno editorial tanto de impresores como librereros, actividad discontinua e irregular sin el método que hace a una profesión, con los riesgos y pérdidas que suponen, son fácilmente asimilados por el negocio o la industria principal sobre la que se experimentó la aventura editorial (Peña Lillo, 1965).

Peña Lillo señala un rasgo fundamental que tendrán posteriormente los editores “puros” cuando ya no sean esos impresores ni esos librereros que no asumen la que, para él, es una condición esencial: el riesgo empresarial.

Continuando con el análisis que venimos haciendo con los años posteriores a 1880, el *Anuario Bibliográfico* de Alberto Navarro Viola como fuente documental describe la importancia que tendrá el sector impresor en esos años. Este anuario no solo será un relevamiento minucioso que mostrará las dimensiones y la producción de los impresores sino que Navarro Viola los designará como *editores* cuando se refiere a ellos. Esta consideración más cualitativa, en cuanto al rol que los impresores cumplen, vinculada a la impresión de libros se verifica también en el aspecto cuantitativo al señalar el notable crecimiento del sector en un período de veinticinco años. Comparando los censos de 1869 y 1895, nuestro país pasa de 980 establecimientos tipográficos registrados en el primero de esos censos a 4200 consignados en el segundo (De Sagastizábal, 2002).

Otros dos elementos muestran el grado de desarrollo alcanzado por el sector. Por un lado, la creación de un taller en 1879 destinado al aprendizaje del oficio que Félix de Ugarteche considera la primera instancia de formación impresora de América Latina. En segundo término, la participación activa de los gráficos en el Club Industrial Argentino, primero, y en la Unión Industrial Argentina, luego de 1887.

Estos impresores comienzan a mostrar alguna incipiente característica propia de los editores, quienes se consolidarán como tales unos pocos años más tarde con cierto grado de especialización. Pablo Coni con la Imprenta de Biedma será editor de libros de ciencias exactas y naturales; Carlos Casavalle, de libros de historia. Este tipo de tendencias desarrolla tanto destrezas especializadas en lo técnico, como estrategias para los mensajes publicitarios destinados a un mismo público, así como la generación de canales de ventas adecuados para el perfil del libro que se edita.

Carlos Casavalle, Guillermo Kraft y Jacobo Peuser son también buenos ejemplos de otros aspectos interesantes para considerar y que serán esenciales en los futuros editores. En primer lugar, por lograr una relación muy fluida con el mundo intelectual de su época, reflejado en las tertulias realizadas en sus librerías; y en segundo término, por su activa participación en las instancias asociativas. Carlos Casavalle será miembro de la Sociedad Tipográfica Argentina y Jacobo Peuser uno de los fundadores del Club Industrial. Pero dos de esos proyectos demuestran otro conjunto de elementos presentes en el futuro desarrollo editorial. Son los casos de Kraft y Peuser porque ejemplifican con su duración en el tiempo, ya que en ambos emprendimientos hijos y nietos se dedicarían a la actividad, con capacidad y vocación para la introducción de tecnologías (Kraft, por ejemplo, la primera linotipo en el país); iniciativas para impulsar las instancias sectoriales (ambos participarán en ferias y en la creación y el desarrollo de la Sociedad de Editores y tendrán activa participación en la Cámara Argentina del Libro) y también contar con vínculos fluidos con el Estado.³

Los siglos XX y XXI

El tipo de relación entre impresores y su rol como editores se ira modificando en la primera mitad del siglo XX en que comienza a darse un proceso inverso. En esta etapa, algunas editoriales fundadas como tales, van a incorporar el proceso de impresión como una parte de su estructura y expansión, tales son los casos de Tor y Atlántida; o contar con una empresa impresora como Emecé o, simplemente, asociarse con un impresor para viabilizar su proyecto como el caso de Peña Lillo.

³ Para ver algunos detalles más de estos impresores se pueden consultar las semblanzas de ambos en el sitio Edi-Red del Instituto Cervantes realizados por María Eugenia Costa. (Disponibles en: www.cervantesvirtual.com)

El siglo XXI incorporará otras características con relación a la impresión ya que por un lado, dejará de existir su necesidad como parte de la elaboración en el caso de los libros digitales o, un tipo de tecnología reemplazará la estructura de una imprenta casi en su totalidad por una máquina capaz de producir libros en cantidades que van desde un ejemplar a los que se desee obtener, proceso que se reconoce con el nombre de *on demand*. Es el caso de editorial Teseo, quizás la pionera y más pura editorial digital del nuestro país.

Analizaré algunos tipos de vínculos entre estos dos actores del mundo editorial:

- El editor como una etapa más de la historia impresora.
- El editor que incorpora la impresión a su proyecto editorial.
- El editor que posee dos empresas propias, editorial e imprenta, como parte de su proyecto.
- El editor asociado al impresor.
- El editor sin impresor.

• *El editor como una etapa más de su historia impresora*

Tomando datos de la semblanza que realiza María Eugenia Costa para EDI-RED del Instituto Cervantes podemos sintetizar esa trayectoria de la imprenta de Guillermo Kraft hacia la actividad editorial. Este inmigrante alemán se trasladó a Buenos Aires en 1862, donde instaló su imprenta que introdujo las primeras máquinas litográficas accionadas a vapor (1864) y realizó la primera cromolitografía con catorce colores (1882). En la Litografía, Imprenta y Encuadernación de Guillermo Kraft se realizaban diversos tipos de impresiones artísticas, cartográficas y comerciales junto a múltiples encargos gubernativos.

Kraft editó fundamentalmente textos históricos o políticos y obras científicas, revistas (*Anales del Museo Nacional de Buenos Aires, El Museo Histórico*), diarios satíricos ilustrados (*El Mosquito*) además de guías y anuarios, a los que posteriormente se sumarían diccionarios biográficos.

A la muerte del fundador, la empresa quedó a cargo de su hijo mayor también llamado Guillermo Kraft (1897-1936) Como su padre, fue precursor en la incorporación de adelantos tecnológicos para la industria editorial. Importó linotipias además de

rotativas y máquinas planas automáticas para la producción de libros ilustrados. Se destacó asimismo por la introducción del sistema *offset* (c. 1910) entre otras tecnologías modernas.

Los nietos del fundador continuaron con el legado familiar y formaron parte del directorio. El presidente de la empresa fue uno de ellos, el abogado Guillermo E. C. Kraft (1908-1987) y se destacó por su actuación al frente de la Cámara Argentina del Libro (1942-1945). Ser presidente de la misma en sus primeros años sugiere toda una definición con relación a la actividad de la empresa como editorial puesto que los impresores como tales ya tenían instancias sólidas de participación corporativa, alguna incluso como una sección dentro de la Unión Industrial Argentina (UIA). Siguiendo la muy precisa observación de Alejandra Giuliani acerca del discurso de la Cámara Argentina del Libro (CAL) en esos años en los que se presentaba además que como una instancia asociativa en defensa de beneficios sectoriales como una usina de cultura, importantísima, para su promoción. Ser editores además de impresores, no debió ser un elemento menor en la consideración de Kraft para incentivar la participación protagónica de su empresa como agente de esos cambios (Giuliani, 2018).

A partir de la década de 1940 hasta su cierre a fines de los sesenta, Guillermo Kraft Ltda. publicó libros destinados a un amplio y heterogéneo lectorado nacional e hispanoamericano. Se editaron libros con distintos formatos y calidades materiales, entre los que sobresalieron aquellos ilustrados por pintores o grabadores argentinos, con reconocimiento dentro del campo artístico.

Estas ediciones lujosas, además de las colecciones de arte, estuvieron bajo la dirección gráfica de Alberto Germán Kraft y de Raúl Mario Rosarivo.

También la empresa editó novelas, biografías, memorias, ensayos y cuentos.

En sus catálogos predominaron cuantitativamente las traducciones de “clásicos” universales y *best sellers*, en muchos casos publicados como económicas ediciones de bolsillo. Asimismo se lanzaron colecciones infantiles, libros escolares y textos doctrinarios peronistas, ya que la editorial se vio favorecida por créditos oficiales y se generaron algunos proyectos editoriales que reivindicaron la construcción de tradiciones gauchescas y la transmisión de legados culturales regionales o nacionales (Itinerario Poético Argentino y Cosas de Nuestra Tierra, por ejemplo). En estas series de libros se incluyeron autores decimonónicos como Guillermo Enrique Hudson y otros

contemporáneos, cómo Baldomero Fernández Moreno, Ricardo Güiraldes, Enrique Larreta, Manuel Mujica Láinez o Ricardo Rojas, entre otros. A mediados de la década de 1950, mediante el premio Kraft y la publicación en la colección América en la Novela se consagraron como ganadores Marco H. Denevi o David B. Viñas.⁴ Es decir que Kraft, nacida como imprenta se consolidó también como una sólida editorial.

• *El editor que incorpora la impresión a su proyecto editorial.*

La editorial Tor fue fundada el 16 de junio de 1916 por el español Juan Carlos Torrendel. Luego de instalarse sucesivamente en un par de edificios temporales, a principios de los años treinta lo hizo en el edificio definitivo de la calle Río de Janeiro 760, donde contaba con cuatro mil metros cuadrados de superficie y varios pisos de altura (Abraham, 2012). Es importante resaltar que la razón de un espacio de esas dimensiones estaba en que la empresa, que comenzó como editorial y recurría a diversas imprentas para la producción de los libros, al poco tiempo compraría maquinarias y desarrollaría su propio taller gráfico. Ese camino no era exclusivo de Tor. En la década de 1920, también la editorial Atlántida que en sus orígenes creció rápidamente como editora de revistas, compró talleres gráficos y se dividió en departamentos (Giuliani, 2018).

En el caso de Tor, al principio se utilizaron máquinas planas y en los años treinta se adquirieron dos rotativas que permitieron hacer tiradas masivas. Fue la única editorial en América Latina en esa época con rotativas en colores y en negro, señala Carlos Abraham. Se lograba imprimir un libro por día y con una tirada de 30.000 ejemplares. El tamaño de los libros dependía de las máquinas, por lo cual los formatos de ellos estaban adaptados a la mejor utilización de los tamaños de la hoja de papel: “Las Obras Famosas, una de las colecciones más difundidas, se hacían con papel de 65 x 95 cm. También existían máquinas para coser los libros y máquinas para engrampar que se usaban en revistas como *Pif-Paf* o *Fenómeno*”(Abraham, 2012:39). Había tres rotativas que se utilizaban para las distintas producciones editoriales y las máquinas planas se utilizaban para las tapas a color y para los catálogos y folletos promocionales. Carlos Abraham menciona que hacia los años cuarenta Tor llegó a tener una plantilla de

⁴ Costa, María Eugenia. Semblanza de Guillermo Kraft. Edi-Red. Instituto Cervantes. Disponible en: www.cervantesvirtual.com/portales/rosalia_de_castro_ga/obra/guillermo-kraft-1839-1893-semblanza/

trescientos empleados y menciona el nombre y el rol de algunos de ellos en el área de impresión. Francisco Pérez dirigía la sección Taller, donde se desempeñaba Serafín Hernández, corrector de estilo que revisaba las pruebas de galera. Rey Seoane dirigía la sección Máquinas. Gregorio Chiarella, Encuadernación de los libros, Mañanez encuadernación de las revistas y Ciancio se ocupaba de la Estereotipía y todos contaban con sus respectivos equipos de colaboradores.

En un comentario realizado a Carlos Abraham por Jorge Torrendel, hijo del fundador de la editorial, este menciona lo valioso que era para un editor contar con taller propio: “Mi padre tenía taller de imprenta para él solo. Nadie tenía taller de imprenta. Por eso se podía sacar el libro barato”. A esa razón de los beneficios en los costos, podemos agregar otra interpretación que es la relacionada con la posibilidad de administrar los tiempos de publicación, algo que es fundamental para estar en el mercado cuando se desea sin tener que depender de terceros. Ese beneficio será ratificado en el próximo modelo que analizaremos.

• *El editor que posee dos empresas propias, editorial e imprenta, como parte de su proyecto*

En el caso de Emecé, la propiedad de una imprenta es un tema central en la etapa de consolidación de la editorial. Según una entrevista que yo le hiciera en 1992, Enrique Molina, presidente de la Compañía Impresora Argentina, relataba que la editorial Emecé compró esa compañía en la década de 1950.

Fundada en 1927 por Ernesto Tornquist, la Compañía Impresora Argentina estuvo destinada en sus comienzos a imprimir todo tipo de impresos y muy ocasionalmente libros. Tras la incorporación de Rodríguez Giles y en coincidencia con el nacimiento de Emecé en 1938, Compañía Impresora Argentina se dedicó exclusivamente a imprimir libros para varias editoriales. Contaba con cinco linotipos y varias máquinas planas, además de más de cien trabajadores altamente calificados que producían tiradas de entre 5000 y 10.000 ejemplares, tanto de las novedades como de las reimpressiones. Se utilizaba, volviendo a un elemento que hemos señalado desde el inicio, papel importado. En un comentario sobre esa relación, Francisco del Carril a quien se lo solicité especialmente hace unos meses, ya que fue director de Emecé hasta los días de su venta al grupo Planeta, describía ese vínculo de manera detallada y yo lo sintetizo y traduzco

de acuerdo con las necesidades de esta presentación, procurando respetar lo principal de sus recuerdos así como su espíritu.

La relación de Bonifacio del Carril con Emecé, cuyo accionista era la familia Braun Menéndez, comienza en 1946 y por una relación familiar: una prima suya estaba casada con uno de los Braun Menéndez.

Bonifacio del Carril pronto se daría cuenta de que para llevar adelante la política comercial de repartos de novedades mensuales de libros en cantidades y fechas fijas, en la época en que los *best sellers* comenzaron a tener éxito, era indispensable tener asegurada la provisión, es decir controlar el proceso de impresión.

No obstante, era partidario de que ambas compañías, la editorial Emecé y la Compañía Impresora Argentina, tuvieran direcciones y administraciones separadas, que cada una contara con su propio personal y sus utilidades fueran genuinas y generadas por cada línea de negocios. Es decir que una empresa y la otra serían absolutamente independientes y Emecé no intervendría en la gestión de la Compañía Impresora Argentina. Una suerte de joint venture informal enfocada a la producción de las colecciones masivas.

Se publicaban entre 10/12 novedades mensuales continuamente, que sumaban unos 100/120 mil ejemplares los que debían estar listos el último viernes de cada mes, al igual que las más de 5 a 8 reimpressiones. “Entre otras cosas yo asignaba el papel y controlaba las reimpressiones y me peleaba con ellos por la asignación de lugar en las máquinas”, recuerda como parte de sus actividades Francisco del Carril, quien a esa altura ya estaba involucrado en la empresa.⁵

El vínculo con Sudamericana motivó incluso tres intentos de fusión entre ambas editoriales que no prosperaron a nivel de las empresas pero, sin embargo, fueron pioneros en la idea de fusión editorial con colecciones del catálogo como con los *pocket books Piragua* integrada con títulos de ambas editoriales la que fue, sino la primera, una de las primeras en nuestra lengua.

Ya en el año 1974 del Carril comenzó a percibir que tener una imprenta comenzaba a ser inviable por dos razones: el avance de la tecnología y la situación política y social del país. Lo primero lo constataron en un viaje a Europa, donde luego de visitar imprentas como la de Mondadori en Verona, al ver *in situ* las maquinarias que

⁵ Entrevista a Francisco del Carril realizada por Leandro de Sagastizábal, 2020.

se usaban y como evolucionaba el proceso de las tecnologías de impresión notaron que estaban ante el albor de la fotocomposición. La Compañía Impresora Argentina contaba con once linotipos lo que implicaba encarar un enorme cambio tecnológico que demandaría un volumen de inversiones que no podían concretar.

A eso había que sumarle los costos de mantenimientos de las máquinas y sus roturas, no solo ocasionadas por el uso sino, en ocasiones, por intencionalidades derivadas de los conflictos laborales. Por ejemplo, una impresora de formato 100 x 140 estuvo seis meses parada hasta que llegaron los repuestos que eran importados, otra dificultad que se agregaba.

Además, cada vez se adquiría una máquina con tecnología de punta se vendía la vieja, creando así en el mercado local un competidor quien con menos estructura y sobre la base de su trabajo personal o familiar tenía posibilidades de ofrecer menores costos para la impresión de los libros.

Los conflictos políticos fueron un tema importante en esa época. En algún momento la empresa estuvo ocupada por sectores de los trabajadores durante días, según recuerda Francisco del Carril. Es decir que se hacía cada vez más difícil mantener activa una empresa con más de 160 personas en su plantel.

• *El editor asociado al impresor*

En *Arturo Peña Lillo. Un editor argentino* (De Sagastizábal y Giuliani, 2015) sosteníamos que este editor narra en sus memorias que se asoció con amigos suyos, los gráficos Sergio y Alfredo Alonso, para hacer posible la publicación del libro de Ernesto Palacio, libro que lo potenciará como editor; y que de esa sociedad surgió el sello ALPE (nombre que resumía ambos apellidos: Alonso y Peña).

Con ALPE Peña Lillo encaró un plan editorial con un perfil de libros de literatura y de ensayos argentinos y latinoamericanos. En 1953, con dirección postal en los talleres gráficos de Alonso Hermanos, ALPE publicó, por ejemplo, *La ciudad indiana*, de Juan Agustín García.

En una instancia posterior, Peña Lillo ya como editor del sello que llevó su nombre, su socio impresor será Jesús Rigeiro, aunque en su libro *Encantadores de serpientes*, Peña Lillo aclara que lo fue solo en una etapa (Peña Lillo, 1965).

Sin embargo la información que nos provee el colofón de los libros y otros documentos muestran que todo el posterior devenir de la editorial fue en sociedad con el propietario de la imprenta Talleres Gráficos Orestes por lo que es posible estimar que la sociedad se mantuvo hasta 1976 cuando Peña Lillo le compró el 25% de las acciones que aquel tenía en la editorial.

Laura Peña, hija del editor, manifiesta en una entrevista con nosotros, que la relación de ambos era buena, aunque distante, y que mantenían largas reuniones en la oficina del editor donde se acordaban los tiempos, de la producción editorial y los temas económicos (De Sagastizábal y Giuliani, 2015).

• *El editor en la era digital*

En los últimos años la relación de los editores con los procesos de impresión ha venido sufriendo cambios significativos tanto en los aspectos tecnológicos como en sus organizaciones empresariales.

En una consulta realizada, con motivo de este escrito a Octavio Kulesz, director de editorial Teseo, que ha sido pionera en materia de la edición digital, él aporta algunos elementos muy importantes para comprender esta etapa que estamos transitando en el mundo editorial. En los párrafos siguientes resumo sus principales observaciones.⁶

El modelo basado en la compra de copias individuales sigue vigente, pero ya no es el único. El modelo mejor adaptado a esta nueva realidad es el de la suscripción o abono (como ocurre con plataformas como Netflix), que se caracteriza por un pago fijo y acceso a un vasto catálogo.

Con respecto a la valoración del trabajo con los contenidos, como el rol principal de un editor, Kulesz manifiesta que nunca existe un “contenido” aislado. Ese concepto es una abstracción. Incluso en el entorno digital, un contenido siempre se muestra con determinado diseño, optimizado para determinados dispositivos (Kindle, iPad, teléfonos celulares), etc. Mientras los seres humanos seamos analógicos, siempre accederemos a un contenido de manera física, es decir vinculado a esos otros aspectos.

Los editores pueden tener hoy un tipo de relación más flexible con la cantidad de libros a imprimir. Los libros electrónicos (*ebook*) no demandan stock y la impresión

⁶ Entrevista a Octavio Kulesz realizada por Leandro de Sagastizábal, 2020.

bajo demanda permite que muchas obras de nicho que jamás se habrían publicado o reimpresso (porque en offset no es rentable imprimir 50 copias) hoy sean viables.

Esta redefinición en los formatos afecta también a los canales de ventas tradicionales prioritarios como las librerías, aunque estas, como en el caso de las librerías de barrio seguirán teniendo un papel que desempeñar. De hecho, la crisis del coronavirus ha mostrado la importancia de los comercios físicos de cercanía. Pero las librerías que tengan optimizado su sistema de venta en línea tendrán ventajas sobre las librerías que carezcan de ello.

Cómo hemos visto, a lo largo de la historia del vínculo entre editores e impresores, uno de los problemas que se deseaba resolver era el de la seguridad de tener los libros en el momento de la demanda. Podría pensarse que en la edición digital se resuelven temas como la congestión que podía tener una imprenta. Sin embargo, Octavio Kulesz señala, que estas siguen existiendo para la producción *on demand* y en algunos casos de manera más marcada. Para una imprenta digital, no siempre es sencillo lidiar con cientos de editoriales que les envían miles de títulos con tiradas de entre 20 y 50 copias cada uno.

Las colecciones que eran una suerte de marco ordenador de un catálogo y en algunos aspectos también de fidelización a un sello editorial podría pensarse que se diluyen en el espacio digital. Sin embargo, una vez más Octavio Kulesz aporta de manera muy interesante una redefinición del tema antes que una desaparición. No cree que estemos asistiendo al fin de las colecciones como tales. Serán colecciones mucho más nutridas que en el pasado, por la mayor facilidad de publicar. En lugar de tener colecciones de decenas de títulos, ahora podrían desarrollarse otras de cientos o miles de títulos, funcionando como las plataformas de suscripción por *streaming* en las que uno puede buscar películas dentro de determinada categoría, las que en ocasiones pueden ser listas seleccionadas por alguien, que en el caso de los libros sería un editor.

Una característica que también podría atribuirse a la nueva forma de edición e impresión es la de abaratar los costos, ya que el insumo papel o incluso la imprenta misma son inexistentes o acotados, aunque en impresión bajo demanda seguimos teniendo los mismos costos, y pueden ser más elevados si analizamos los costos unitarios. En *ebook* esos costos no existen, pero hay otros nuevos como ocurre con el DRM (Digital Rights Management) o la gestión de los derechos digitales.

Entre las transformaciones que se producen, una muy significativa se refiere a los canales para hacer conocer un determinado título. Las redes son hoy decisivas para publicitar un libro e incluso convertirlo en *best seller*. El impacto de los medios más tradicionales se vuelve cada vez más marginal.

Por último, también es necesario señalar que los editores necesitan nuevas destrezas, además de las tradicionales (corrección, diseño, modelos de negocio) hoy se vuelve indispensable tener un conocimiento o asesoramiento adecuado sobre HTML, CSS, javascript, PHP y lenguajes de programación en general.

Es decir que como una breve conclusión podemos decir que la evolución de impresor-editor a “editor puro” nos ofrece una coexistencia de modelos a lo largo del tiempo,

Bibliografía

- Abraham, Carlos, *La editorial Tor. Medio siglo de libros populares*, Buenos Aires, Tren en Movimiento, Buenos Aires 2012.
- Acree, William, *La lectura cotidiana. Cultura impresa e identidad colectiva en el Rio de la Plata 1780-1910*, Buenos Aires, Prometeo, 2012.
- Ares, Fabio, *Expósitos. La tipografía en Buenos Aires 1780-1824*, Buenos Aires, Dirección General de Patrimonio e Instituto Histórico. Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, 2010.
- Buonocore, Domingo, *Libreros, editores e impresores de Buenos Aires*. Buenos Aires, Bowker, Buenos Aires, 1974.
- Costa, María Eugenia, *Semblanza de Guillermo Kraft*. Edi-Red. Instituto Cervantes. Disponible en:
http://www.cervantesvirtual.com/portales/rosalia_de_castro_ga/obra/guillermo-kraft-1839-1893-semblanza/
- De Diego, José Luis, *Los autores no escriben libros. Nuevos aportes a la historia de la edición*. Buenos Aires, Ampersand, 2019.
- De Sagastizábal, Leandro y Alejandra Guliani, Alejandra. *Un editor argentino. Arturo Peña Lillo*, Buenos Aires, Eudeba, 2015.
- De Sagastizábal, Leandro. *Diseñar una nación*, Buenos Aires, Norma, 2002.

Furlong, Guillermo, *Historia y bibliografía de las primeras imprentas rioplatenses 1700/1850*, Buenos Aires, Guaranía, Buenos Aires, 1953.

Giuliani, Alejandra, *Editores y política. Entre el mercado latinoamericano de libros y el primer peronismo (1938-1955)*, Buenos Aires, Tren en Movimiento, 2018.

Lozier Almazán, Bernardo. *Pedro de Angelis. Cronista de Juan Manuel de Rosas. Patriarca de los historiadores rioplatenses*, Buenos Aires, Sammartino, 2018.

Peña Lillo, Arturo, *Encantadores de serpientes*, Buenos Aires, Peña Lillo editor, 1965.

Zaid, Gabriel, *Daniel Cosío Villegas. Imprenta y vida pública*, México, Fondo de Cultura Económica, 1985.

Entrevistas

Francisco del Carril, 2020.

Octavio Kulesz, 2020.