

El nacimiento de un mercado editorial en Buenos Aires, 1880-1890

Por Sergio Pastormerlo

(Universidad Nacional de La Plata / Universidad Nacional del Sur)

RESUMEN

Durante la década de 1880 se inició, concentrado en la ciudad de Buenos Aires, el proceso de formación de un mercado editorial moderno. Los detalles de este desarrollo quedaron registrados en el Anuario Bibliográfico de la República Argentina (1880-1888). El artículo, a partir de los datos proporcionados por ese excepcional registro de la cultura letrada de la época, analiza la composición y los cambios del incipiente campo editorial y de su producción. Al mismo tiempo, ensaya algunas hipótesis de carácter más general orientadas a examinar cómo se reconfiguraron las dimensiones simbólica y material de la cultura de la letra en esa etapa de cambios críticos derivados de la ampliación del público lector.

In the 1880's, concentrated largely in Buenos Aires, the formation of a modern editorial market became evident for the first time. The details of this development were registered in the Anuario Bibliográfico de la República Argentina (1880-1888). The article, based upon data found in this extraordinary record of the contemporaneous literate culture, analyses the composition and transformations of the incipient editorial field and its production. At the same time, some general hypotheses are attempted in order to examine how symbolic and material dimensions of the literate culture reconfigure themselves during a period of critical changes derived from the sudden expansion of the reading public.

Palabras clave: editoriales – Buenos Aires 1880-1890 – ampliación del público lector – literatura y mercado

“Aquí no hay –con excepción de rarísimos ejemplos– editores que puedan llamarse propiamente así”. La observación de Ernesto Quesada (1893: 122), escrita a fines de 1882, invita a más de una consideración. Parece paradójico, pero en los inicios del proceso de modernización literaria, cada vez que las voces contemporáneas se agudizaron para lamentar los signos ausentes de una literatura moderna (escritores profesionales, un “teatro nacional”, una crítica parecida a los modelos europeos, editores), las ausencias lamentadas estaban dejando de serlo. Es que la maduración misma de las condiciones de posibilidad de los cambios preparaba a esos contemporáneos para percibir como ausencias, con exacerbada sensibilidad, realidades nacientes que no siempre adoptaban las maneras soñadas. Una historia de las editoriales argentinas, además, no debería subestimar la aclaración de Quesada (“con excepción de rarísimos ejemplos”) si tiene interés en captar el momento de emergencia de un campo editorial. Lo que se espera encontrar, en tal caso, no es un mercado editorial consolidado, sino los indicios débiles y dispersos propios de una emergencia. Quesada postulaba, finalmente, una dudosa entidad (“editores que puedan llamarse propiamente así”) cuya definición permitiría establecer con cierta puntualidad el momento de su aparición. Definida esa figura en base a una serie de requisitos¹, no sería difícil identificar el segmento histórico en que surgieron los primeros sujetos que cumplían las condiciones previstas por la definición. Pero quizá el método no sea el más apropiado. Si buscamos definiciones, parece tan forzoso incurrir en peticiones de principio como improbable ponerse de acuerdo. ¿La independencia entre editor y librero, por ejemplo, será un signo más o menos relevante que la separación entre editor e imprenta? Por otra parte, el procedimiento otorga demasiada importancia al rol de sujetos individuales, y el análisis de la emergencia de un mercado editorial debe hacer foco, también, en signos de otra índole, tan numerosos como heterogéneos.

¹ Buonocore (1974: 67), por ejemplo, insistió en la doble función, técnica y financiera, de la figura del editor. Eujanián (1999: 570) propuso tres rasgos para definir al “editor profesional”: independencia de la actividad del editor respecto de la puesta en circulación del producto en la librería; control financiero de la publicación; iniciativa en la elaboración de proyectos de publicación.

La producción de libros y folletos

Según el *Anuario Bibliográfico*², los números de libros y folletos editados en Buenos Aires durante los nueve años de la publicación fundada por Alberto Navarro Viola fueron los siguientes:

1879	1880	1881	1882	1883	1884	1885	1886	1887
420	430	560	530	560	580	680	770	890

Estas cifras requieren algunas aclaraciones. El *Anuario* recogió de un modo irregular y parcial la creciente producción de literatura popular³. Por otra parte, cada tomo del *Anuario* incluía un “Suplemento” con las obras recibidas tardíamente, de modo que los números de los últimos años quedaron subvalorados: si la publicación hubiera continuado, suplementos de años posteriores habrían agregado alrededor de 50 títulos a los de 1887.

Unas dos terceras partes de los textos inventariados eran proyectos de obras públicas, memorias de ministerios, diarios de sesiones legislativas, presupuestos municipales, novenas y coronas fúnebres, reglamentos de sociedades, programas de estudio, catálogos de comercios, etc. Descontados estos textos, queda la producción propiamente intelectual y destinada a las librerías. Esta parte representó, casi sin variaciones durante el período, un 30% del total de las publicaciones registradas. Aproximadamente la mitad eran textos de enseñanza y literarios –los géneros de los *best-sellers* del 80: los libros de enseñanza elemental de Marcos Sastre y los novelones de Eduardo Gutiérrez. El resto se distribuía en modestas series de textos sobre diversas áreas temáticas: derecho, historia, viajes y exploraciones, religión, medicina, etc.

Poco más de la mitad de las publicaciones eran folletos de hasta 48 páginas. Bajo esta forma, muy común en la época, se publicaban numerosos textos extraños a la más amplia idea de producción intelectual. Este tipo de textos (estatutos de clubes, por ejemplo), que el *Anuario* recogía con criterios veleidosos en su sección “Variedades”, creció muy rápidamente a partir de 1885 (1884: 100; 1885: 150; 1886: 180; 1887: 290). En ese incremento puede verse un índice de la formación de una esfera pública, pero también de la mayor accesibilidad a la impresión.

Las publicaciones subvencionadas por el Estado (documentos de ministerios y municipalidades; ediciones de leyes, códigos y constituciones; mensajes de los poderes ejecutivos; composiciones literarias premiadas en certámenes patrocinados por el Estado; diarios de campañas militares; programas de estudio de colegios estatales; obras publicadas bajo protección del gobierno, como la *Historia de la República Argentina* de Vicente F. López, etc.) representaron, durante los nueve años de vida del *Anuario*, entre el 20 y el 30% del total de las publicaciones. El porcentaje funcionó, por cierto, como un subsidio al incipiente mercado editorial. Pero no es seguro que este mecenazgo estatal haya aumentado en la década de 1880. Según Juan María Gutiérrez (1864: 283), las publicaciones costeadas por el Estado eran poco más de un tercio del total en 1863. Si se concede alguna credibilidad a este dato, habrá que concluir que la participación estatal no creció en la década de 1880. Al contrario, podría estimarse inesperadamente menor a la de 1860 (de una tercera a una cuarta parte), a pesar de la expansión del aparato estatal⁴.

Lo indudable es que la edición de libros y folletos se duplicó en menos de una década. Este crecimiento, semejante al de la población de la ciudad durante los mismos años, no fue

² Para establecer la cantidad de publicaciones no tomé directamente la numeración del *Anuario*, sino que conté las obras registradas. En los tomos correspondientes a 1882 y 1885-1887, bajo el título “Editores”, el *Anuario* incluyó cuatro cuadros estadísticos que inventariaban las imprentas, librerías y editoriales con sus direcciones, número de títulos y páginas impresas. El volumen de publicaciones quedó sobrestimado (en 1887, por ejemplo, se habrían publicado algo más de mil libros y folletos) porque computaban cada obra publicada en dos o más volúmenes como dos o más obras. Además, el *Anuario* siguió privilegiando la función de la imprenta sobre la instancia editorial: aunque hablaba de “editores”, tomaba el nombre de la imprenta en aquellas publicaciones en las que el editor no usaba imprenta propia.

³ En el tomo correspondiente a 1882, por ejemplo, la sección “Literatura” quedó perfectamente expurgada de textos populares. Eduardo Gutiérrez tampoco figura en los tomos dedicados a 1884, 1885 y 1887.

⁴ La estimación depende del peso que se asigne a las subvenciones estatales sobre un género de obras no consideradas aquí: los libros de enseñanza.

ajeno al proceso de ampliación del público lector, producto a su vez de causas heterogéneas – entre otras, las campañas de alfabetización implementadas desde la década de 1860⁵. Pero, como lo advirtió Eujanián (1999: 558), esta expansión del mercado de bienes culturales debe ser considerada también, sin sobrestimar su especificidad, como una dimensión de la expansión general del mercado que acompañó el proceso de modernización social.

Al aumento en la producción de textos, que asumió formas espectaculares en el caso del género novela⁶, le correspondió, desde luego, un crecimiento del mercado editorial: de los cuarenta establecimientos de edición de libros que existían hacia 1880 se pasó a sesenta en 1886-1887. Más relevante que este crecimiento fue el dinamismo que durante esos años mostró el mercado editorial, su capacidad de renovación. De las 38 empresas registradas por el *Anuario* en 1879, sólo quedó la mitad en 1887. Dicho de un modo más contundente: de las 58 empresas registradas en 1887, 40 no existían en 1879. Este proceso de renovación, sin embargo, no excluyó acontecimientos duraderos igualmente significativos: la fundación de empresas que perdurarían como importantes casas editoriales durante el siglo XX (Kraft, Peuser, Estrada).

Impresores, librerías, editores

Las ediciones de Coni, que junto a Biedma dominó el mercado de la producción de libros durante la década de 1880, llevaban la inscripción “Imprenta de Pablo Coni, especial para obras”. La aclaración (“especial para obras”) subrayaba una especificidad que, aunque débil, prometía cierta ventaja competitiva en el poco diferenciado mercado editorial de la época. Al menos un tercio de las imprentas que editaban libros eran, también, imprentas de diarios, y las imprentas restantes se ocupaban, por lo general, de cualquier tipo de trabajo de impresión. En cuanto a las librerías editoras, la edición y venta de libros solía completarse con la venta de periódicos, papelería, artículos de escritorio o estampillas de colección. Fue excepcional, en cambio, la combinación de imprenta y librería. A pesar del caso conspicuo de la Imprenta y Librería de Mayo, de Casavalle, lo habitual era que las librerías editoras carecieran de imprenta propia.

Durante los años 1879-1887, la producción de libros en Buenos Aires estuvo en manos de tres figuras: impresores, librerías y editores (sin librería ni imprenta). Los primeros constituían el grupo más numeroso –aproximadamente el 75%. El segundo grupo, formado por siete u ocho librerías editoras, representaba un 15% del total. En los casos de las imprentas y librerías, la cantidad de empresas guarda estrecha relación con la cantidad de títulos impresos. En el caso de los editores, la relación se rompe. En los dos últimos años del período, por ejemplo, hubo ocho y siete editores, aproximadamente un 12% de la suma de empresas dedicadas a la edición de libros, pero su producción no superó el 4% del total. Los editores, en el momento de su emergencia, fueron un grupo de escasa relevancia, pero mucho menos por su número que por su producción. Esta asimetría (entre número de productores y volumen de producción) sugiere una marginalidad emergente, previa a la profesionalización, en la que la figura del editor aún aparece atenuada por las inconstancias del aventurero.

Para analizar la composición del incipiente mercado editorial, sin embargo, conviene considerar cuatro grupos, subdividiendo el de las imprentas en imprentas comunes e imprentas de diarios. Las últimas estaban signadas por una doble inespecificidad: eran a la vez imprentas de diarios y de libros, pero además integraban un sistema periodístico, él mismo en proceso de modernización, todavía fuertemente determinado por la lógica del campo político. El grupo de las imprentas de diarios representaba la zona más arcaica del mercado editorial en formación, y su influencia durante la década de 1880, si bien importantísima, ya era residual.

La historia de la gravitación de las imprentas de diarios sobre el mercado editorial parece haber seguido, durante las dos décadas previas a la de 1880, un itinerario sinuoso. Entre las 18 empresas dedicadas a la producción de libros en 1863 (Gutiérrez 1864: 284-294), sólo 2 o 3 pueden ser identificadas como imprentas de diarios (*La Tribuna*, *The Standard* y, quizá, *El*

⁵ Prieto (1987: 27-31) inició su estudio sobre la ampliación del público lector con un análisis de las campañas de alfabetización, pero también señaló que fueron un fracaso.

⁶ Según el catálogo de Lichtblau (1957: 207-214), durante la década se publicaron algo más de cien novelas, casi el doble de las publicadas hasta entonces durante todo el siglo XIX.

Nacional), lo que representaría un 10 o 15% del total, cifras en cualquier caso muy inferiores al 30% de imprentas de diarios que formaban parte del mercado editorial en 1880. A principios de la década de 1860, por lo tanto, los diarios tuvieron escasa participación en la producción libresca, pero esa participación aumentó entre 1863 y 1880, y luego, según se advierte en el *Anuario*, volvió a disminuir. El aumento se habría producido durante la década de 1870, coincidiendo con la gran expansión de la prensa periódica porteña⁷. Si se sigue esta hipótesis, el desarrollo de la prensa contribuyó decisivamente en los 1870s a la formación de un mercado editorial, que poco después, sin embargo, comenzó a ganar autonomía respecto del campo periodístico.

A principios de la década de 1880, las imprentas de diarios representaban el 30% del total de las empresas dedicadas a la edición de libros, y hacia 1887 su presencia se redujo al 25%. Pero el declive sólo se ve claramente, en realidad, cuando se consideran las empresas con más títulos publicados: en 1879 y 1880, entre las veinte primeras empresas editoras, diez eran imprentas de diarios; en 1886 y 1887, eran sólo cuatro. El de las imprentas comunes fue el grupo predominante y menos variable: representó aproximadamente la mitad del total de empresas, dominó el mercado del libro y no atravesó cambios significativos. En el extremo opuesto se ubicaban los editores: un grupo reducido, de escasa producción y participaciones intermitentes en el que, sin embargo, se advierten las variaciones más notables del período: en 1879 y 1880, el *Anuario* no registró un solo editor sin librería o imprenta; en 1886 registró ocho. El grupo de las librerías ocupó un lugar intermedio y ambiguo. Sin la especificidad de los nuevos editores, su número se mantuvo casi constante durante el período –lo que supone un descenso porcentual. Al mismo tiempo, la delegación del trabajo de impresión aproximaba a las librerías al perfil de la editorial moderna, tal como lo corroboran otros rasgos de este grupo: la mayor especialización temática o el uso más frecuente del término “editor”.

En el uso mismo de la palabra “editor”, en efecto, se dejan leer signos de los cambios del mercado editorial. En 1879 y 1880 el empleo del término era muy poco común. Lo usaban regularmente algunos libreros, como Manuel Reñé o los hermanos Igón, que eran también raros ejemplos de editores sin imprenta propia. Otros libreros e impresores, como Juan Alsina, Martín Biedma, Pablo Coni o Carlos Casavalle, sólo lo usaban excepcionalmente. En 1880 siete establecimientos de edición de libros se llamaron a sí mismos, al menos en una de sus publicaciones, “editores”. Poco después, en 1886, el número ascendió a veintidós. La distribución del uso del término “editor” también es significativa. No lo empleaban las imprentas de diarios y aparecía en muy pocas de las restantes imprentas (Biedma, Coni, Alsina, Peuser), las de mayor producción. Era utilizado, en cambio, por casi la totalidad de las librerías –y también, desde luego, por los editores sin librería ni imprenta.

La producción de textos literarios y el nacimiento de la crítica

A la producción literaria le correspondió, especialmente durante la segunda mitad de la década de 1880, la zona más dinámica del mercado editorial en formación. Entre 1885 y 1887, las principales empresas (Biedma, Coni, Stiller & Laass) siempre fueron superadas en la edición de textos literarios por alguna otra empresa, que nunca era la misma. La mayoría de los textos de las secciones “Derecho”, “Administración” o “Pedagogía” procedía de unas pocas empresas, las más exitosas. Pocos establecimientos editaban estas publicaciones, y cada uno editaba muchas. Las publicaciones literarias, en cambio, tenían un origen notablemente más disperso y parejo: muchos editaban textos literarios, y cada uno editaba pocos. En este tipo de distribución se dejan ver algunos signos de la democratización de la cultura letrada en el plano de su producción. La literatura, con los aportes fundamentales de la nueva literatura criollista popular, fue el espacio de las novedades más bruscas y menos esperadas en la cultura de la letra, el campo propicio para las iniciativas aventureras típicas de la instancia de nacimiento del mercado editorial.

⁷ Según Fernández (1943), en la ciudad de Buenos Aires aparecieron durante esa década 192 nuevas publicaciones, de las cuales 32 duraron al menos 5 años; en la década anterior habían aparecido 62 publicaciones periódicas nuevas, de las cuales 17 duraron al menos 5 años.

Durante los años de publicación del *Anuario*, la producción literaria alcanzó un promedio de poco más de 50 obras anuales. El tomo correspondiente a 1886, que no evitó catalogar las publicaciones populares, registró casi 90 textos literarios. Uno de los significados de estas cifras queda iluminado cuando se recuerda el proyecto de crítica literaria emprendido por Goyena en la *Revista Argentina* (primera época) a comienzos de la década de 1870. Coincidiendo con otras voces de la época, García Mérou (1890: 30) afirmó que la serie de reseñas publicadas por Goyena en aquella revista había representado el inicio de la “verdadera crítica” en Argentina. Según Groussac (2001: 105), Goyena estaba tan seguro de ser “el ‘crítico’ por antonomasia” que tomó como un ataque personal un artículo contra la crítica publicado por Mármol en *La Tribuna*. La “trionfante campaña crítica” de Goyena, como Groussac la llamó, había incluido artículos sobre Ricardo Gutiérrez, Guido y Spano, Juan María Gutiérrez, Estanislao del Campo y otros. El proyecto, sin embargo, padecía una contrariedad. ¿Cómo escribir crítica sin una producción literaria que le sirva de objeto? El status improbable de la crítica a inicios de la década de 1870 fue el efecto de un “inconveniente” aritmético elemental:

El inconveniente que traía consigo tan generoso intento residía en la ley generalmente feble de la materia analizada, habiéndose adherido nuestro crítico al procedimiento adoptado en sus *Lunes* por Sainte-Beuve, el cual, es muy sabido, consistía en juzgar semanalmente un libro recién salido a luz. La suerte, al principio, favoreció a Goyena, deparándole para sus estrenos los versos de ambos Gutiérrez (Ricardo y Juan María) y la prosa de José M. Estrada [...]. Lo propio puede decirse de las *Hojas al viento*, de Guido y Spano, así como de las obras de Echeverría, que vinieron después. Desgraciadamente, a poco comenzaba el desfile compacto de las medianías. (Groussac 2001: 100-101).

La producción era insuficiente y la crítica debió corrientemente ser, como en Juan María Gutiérrez, estudio histórico. La crítica bajo la forma de reseña, orientada a las publicaciones recientes, sólo encontraría sus condiciones de posibilidad en la década siguiente. En los 1880s, cuando el plan “un libro por lunes” dejó de ser una importación patriótica destinada al “estímulo caritativo” (Groussac 2001: 100) de autores argentinos, Goyena hubiera dispuesto de material para iniciar verdaderamente la “verdadera crítica”.

Las primeras colecciones populares

La élite letrada no pudo no advertir, hacia fines de la década de 1870, el éxito de público logrado por el *Martín Fierro*. Hernández mismo se aseguró de que le prestaran atención –aunque el suceso, insólito, ya fuera suficientemente notorio. La reacción inicial frente a la primera aparición de un nuevo público lector, una experiencia que, aunque ya atravesada por las sociedades europeas modélicas, se presentó de un modo tan repentino como imprevisto, fue la de “estimular” la “elevación” de los recién llegados a la cultura de la letra.

En 1878, cuando se publicó la undécima edición de *El gaucho Martín Fierro*, que venía a saciar la demanda aún no satisfecha por los 5000 ejemplares de la décima (1876), mientras Hernández dirigía certeros ejemplares a notabilidades intelectuales para recibir las esperadas cartas–críticas consagratorias y los editores de Buenos Aires competían por la publicación de la anunciada segunda parte del poema, surgió la iniciativa más importante entre las colecciones de literatura popular de las décadas de 1870 y 1880: “La Biblioteca Popular de Buenos Aires”, dirigida por Miguel Navarro Viola⁸.

“La Biblioteca Popular” comenzó a aparecer en 1878 según un plan que preveía la publicación de 12 volúmenes anuales y que sólo consiguió cumplirse durante los dos primeros años. Cada entrega mensual era un tomo de unas 260 páginas en octavo que contenía una docena de textos misceláneos. Predominaban las novelas, los cuentos y los ensayos de tendencia

⁸ En su tomo XI, de noviembre de 1878, “La Biblioteca Popular” publicó un artículo sobre *El gaucho Martín Fierro* que Hernández incluiría entre los materiales publicitarios de las siguientes ediciones. La nota, sin firma aunque atribuible al propio Miguel Navarro Viola, fue una de las más elogiosas reseñas tempranas del poema.

moralizante⁹. La tirada de cada volumen era, generalmente, de 2000 ejemplares. El precio de cada entrega era de 15 pesos¹⁰.

El proyecto fue impulsado por el clan cultural de los Navarro Viola: Miguel Navarro Viola, director de *El Plata Científico y Literario* (1854-1855) y cofundador junto a Vicente Quesada de *La Revista de Buenos Aires* (1863-1871) dirigía la colección, editada por la Librería Editora de su hijo Enrique¹¹ y promocionada, desde las páginas del *Anuario*, por su otro hijo Alberto.

En 1880, una extensa reseña de Vicente Quesada publicada en el primer número del *Anuario* celebró los méritos de la colección, que venía a llenar la “tarea útil y patriótica” de acercar la cultura letrada a las clases populares. Recordaba el ejemplo de la “*Bibliothèque Rurale*”, una iniciativa del gobierno de Bélgica para guiar la difusión de la cultura letrada entre las clases populares campesinas. “La Biblioteca Popular”, de todos modos, era una “empresa ajena a las protecciones oficiales”, que sólo buscaba “la protección del pueblo”. Además de sus propósitos de educación popular, la colección “serviría de estímulo a los escritores nacionales”. El mérito más aplaudido por Quesada, sin embargo, era su orientación “altamente moral”. Pensada como un antídoto contra el naturalismo, la colección proveía “la lectura que con más confianza puede ponerse en manos de los jóvenes”. Si la higiene pública intervenía para que los alimentos fueran sanos, una vigilancia análoga debía ejercerse sobre el “alimento intelectual”:

Dejad en las manos de vuestros hijos las fascinadoras producciones de Zola, las no menos peligrosas del actual Dumas [...] y tantas otras de la actual enfermiza literatura francesa, y habréis dejado que un veneno lento se infiltre en la sangre de vuestras hijas inocentes!

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.

El *Anuario* se ahorró toda explicación sobre el cierre de la “Biblioteca Popular”, pero los motivos no resultan inimaginables. 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 un evidente intento por adaptarse a las exigencias del mercado, los cuatro últimos volúmenes incluyeron capítulos de *El carácter* de Samuel Smiles, el pionero autor de *best-sellers* de autoayuda. Pero, en general, el material publicado no buscaba ajustarse al gusto del nuevo público lector: esperaba, más bien, una adecuación (“elevación”) del público al material de lectura ofrecido. La “Biblioteca Popular” comenzó a decaer en 1880, cuando se iniciaba la carrera triunfal de Eduardo Gutiérrez como folletínista. El público amplio al que apuntaba la colección ya estaba encontrando sus preferencias en otros textos acusados, desde el propio *Anuario* (IX, 264), de “explotar el pésimo gusto del público grueso”.

La estructura de este episodio se repetiría algo después en el ámbito del teatro. “La semana anterior ha nacido el teatro nacional”, escribió con efectismo periodístico Carlos Olivera (1887: 315) al comentar la representación de la pantomima *Juan Moreira* en 1884. Hasta ahora, argumentaba, cada obra de autor nacional había sido un fracaso de público pese a todas las estrategias de promoción implementadas: influencia oficial, presencia de literatos conocidos y

⁹ Vicente Quesada, Santiago Estrada, Avellaneda, García Mérou y Eduarda Mansilla figuraban entre los colaboradores locales. De Amicis, Poe, Dumas hijo, Hawthorne, Gautier, Paul de Kock y Levin Schucking fueron los escritores extranjeros más presentes en la colección. Carlos Olivera (con sus traducciones de Poe), S. N. V., Alejandro Korn y E. L. Negri eran los principales traductores.

¹⁰ El precio promedio de los libros nacionales rondaba entonces los 50\$: *La vuelta de Martín Fierro* se vendía a 20\$, las *Poesías* de Ricardo Gutiérrez a 50\$, las *Rimas* de Mitre a 60\$ y los cinco tomos de la *Historia de la Revolución Argentina* de V. F. López a 400\$.

¹¹ El primer tercio de la colección (hasta el tomo XIV) fue publicado por la Imprenta del Mercurio.

apellidos prestigiosos, bandas de música en la puerta del teatro, publicidad en los diarios, dedicación del producto de las entradas a obras de beneficencia, etc. “Se anuncia, en cambio, la pantomima Juan Moreira” y, aunque “la mayoría de los diarios hace el vacío alrededor del suceso”, “la pantomima atrae inagotable cadena de espectadores al circo”. Los cambios fundamentales (materiales) de la literatura argentina de 1880 fueron a la vez populares y comerciales. Procedieron de las zonas más recientes y menos legítimas de la cultura letrada, en el extremo opuesto a los “clásicos del ochenta”, allí donde el público popular y el mercado de bienes culturales sellaban por primera vez un acuerdo y abrían la posibilidad del populismo de mercado¹². Olivera usó la expresión “teatro nacional”, ya consagrada y por otra parte justificable, pero toda su argumentación se dirigía a probar el nacimiento de un teatro comercial, sustentado económicamente por el público.

Del editor nacional al editor popular

Los inicios profesionales de Carlos Casavalle se remontan a 1853, cuando se instaló en Buenos Aires con un pequeño taller de imprenta. Durante esa década publicó, entre otros materiales, los volúmenes iniciales de la *Biblioteca Americana* de Magariños Cervantes. El séptimo volumen incluía un estudio de Juan María Gutiérrez (“Apuntes bibliográficos de escritores, oradores y hombres de Estado de la República Argentina”), con quien Casavalle inició una amistad que sería determinante en su futuro. En 1860, con cartas de recomendación redactadas por Gutiérrez, se trasladó a Paraná, donde editó el *Boletín Oficial* del gobierno de la Confederación y la *Revista del Paraná*, dirigida por Vicente Quesada.

Al regresar a fines de 1861 a Buenos Aires, Casavalle sumó a su imprenta un negocio de librería. En esta segunda etapa de su carrera, terminó de definir el perfil de “editor nacional” que había comenzado a construir en la primera. Ese perfil se apoyó en la red de relaciones que estableció con los principales patricios letrados de la época (M. Navarro Viola, Mitre, V. Quesada, J. M. Gutiérrez), la especialización en el género patricio por excelencia, la historia, y su flexibilidad para dirigir una empresa comercial como una institución sometida parcial pero riesgosamente al principio antieconómico del estímulo patriótico a las letras nacionales.

En el espacio editorial, Casavalle actuó como el correlato de una figura que, sin faltar en ciertos letrados de la generación del 37 (J. M. Gutiérrez), surgió especialmente con la generación posterior (M. Navarro Viola, V. Quesada) y encontró su forma clásica en algunos hombres de letras de 1880 (Miguel Cané, Alberto Navarro Viola, Ernesto Quesada), al tensarse la relación entre los dos circuitos en que acababa de quedar escindida la cultura de la letra: la figura del *protector cultural*. El género propio del protector cultural fue la crítica, en tanto permitía cumplir su misión de guía y estímulo. Esa misión fue un signo y un deber de clase: un signo de nobleza y un “nobleza obliga”. Debía estimular simbólicamente, ante la insuficiencia de estímulos materiales, el desarrollo de la cultura nacional, pero también orientar ese desarrollo ejerciendo las funciones de un árbitro del gusto.

Si toda empresa editorial es una institución de dos caras, una económica y otra simbólica, la singularidad de Casavalle residió en la magnitud de la segunda dimensión. Su empresa se llamó Imprenta y Librería de Mayo, no sin las reverberaciones solemnes que Esteban Echeverría, en especial, había conseguido infundirle a esa palabra. Su logro máximo fue el fracaso comercial de las *Obras Completas* de Echeverría. Y su principal capital, además de la red de contactos con los letrados más prestigiosos dedicados a la historia americana y nacional, fue el título honorífico de “editor nacional”, que venía a recompensar el desinterés con que Casavalle colaboraba en el fomento del libro argentino relegando las ganancias más seguras del libro extranjero. Cuando Quesada afirmaba que “aquí no hay –con excepción de rarísimos ejemplos– editores que puedan llamarse propiamente así”, la primera excepción aludida era la de Casavalle. Fue un editor, o lo más próximo a esa figura que tuvo Buenos Aires en las décadas de 1860 y 1870, cuando aún no existía la suma de condiciones materiales necesarias

¹² La expresión ha recibido varios usos. La empleo aquí para referirme a una coincidencia objetiva (indiferente a toda distinción que necesite recurrir a hipótesis sobre las intenciones de los sujetos participantes) entre tomas de posición política favorables a las clases populares y apuestas comerciales orientadas a un público amplio.

para su aparición. La distancia entre las condiciones insuficientes y la relativa plenitud con que Casavalle, no obstante, consiguió ejercer esa profesión debió ser superada a través de constantes emisiones de una moneda simbólica: el honor. El lugar que Casavalle ocupó en la cultura de la época se lee en los intercambios de su correspondencia y en su colección de autógrafos y documentos históricos¹³.

La desapareja amistad con Juan María Gutiérrez había comenzado hacia 1860, cuando después de imprimir los “Apuntes bibliográficos” Casavalle le propuso editar una compilación de sus poesías. Diez años más tarde trabajaban juntos en la preparación del *Boletín Bibliográfico Sud-Americano* (1870-1871) y las *Obras Completas* (1870-1874) de Echeverría, que resultaron demasiado caras y no tuvieron la recepción esperada. Pero Casavalle recibió felicitaciones ilustres, y sería un error suponer que esos honores no terminaban por compensar las pérdidas económicas. En 1874, cuando estaba por aparecer el último tomo de las *Obras* de Echeverría, Gutiérrez lo premió regalándole “un monumento de honor para las letras argentinas”: el manuscrito de la carta de Florencio Varela sobre los *Consuelos* –incluida en el quinto tomo de la edición.

El destino del manuscrito era aumentar la colección de autógrafos que desde poco tiempo atrás Casavalle había comenzado a formar. Esa colección era la más clara representación del poder simbólico acumulado por su comercio. Con órdenes precisas, Gutiérrez había definido el proyecto ubicándolo al margen de cualquier intercambio económico:

Esta colección [...] debe considerarse como parte inseparable de los establecimientos que llevan bajo su dirección, esfuerzos y cuidado, el nombre de imprenta y librería de Mayo, y no como una alhaja enajenable o transferible, y es en este concepto que yo contribuiré a formar su colección....¹⁴

Las relaciones del editor con los escritores que integraban su catálogo y concurrían a las tertulias diarias de su librería no fueron, por supuesto, simétricas, y esta asimetría aseguraba la eficacia de los estímulos simbólicos atesorados por Casavalle. En 1880, Zeballos le escribió a propósito de la publicación “de las cartas confidenciales dirigidas a Mr. Macrey-Napier” [Macvey Napier], editor de la *Edinburgh Review* a principios del siglo XIX: “Las cartas que Vd. guarda de los literatos que han entregado sus escritos a las cajas de la *Imprenta de Mayo* merecerán un día otro libro, como el que he citado”. Y agregaba:

Las cartas de un editor son el tesoro de su modesta, pero legítima gloria. En la publicación de las suyas y en los esfuerzos con que Vd. ha honrado el pensamiento nacional, hallará Vd. el premio, aunque tardío, de la fe y la decisión con que se ha consagrado al adelanto de la Literatura Americana, y principalmente a iluminar el cuadro de nuestra Historia¹⁵.

También Casavalle creía que su colección de autógrafos sería “la más importante joya que deje a mi familia”¹⁶. Felicitar a un editor por sus errores comerciales y prometerle premios morosos a cambio de fracasos actuales podrían ser ironías que coronen un engaño. La densa red de intercambios simbólicos sobre la que se basaba la empresa de Casavalle funcionaba, sin embargo, según mecanismos más delicados y complejos. Las “palabras obligantes” suponían reciprocidades tan inexorables como las de un contrato económico. La circular con que el editor ofrecía a sus clientes un nuevo libro podía terminar con estas palabras: “No dudando de que Vd. prestará su valioso apoyo a esta producción nacional, se le adjunta un ejemplar” (Piccirilli 1942: 99). La edición de las *Obras* de Echeverría fracasaba, pero Mitre, cumpliendo una obligación feliz que honraba simultáneamente al editor y a sí mismo, escribía una nota de lamentos y reconocimientos que, recogida por Casavalle, se imprimía como juicio crítico en los siguientes

¹³ El contenido de la extensísima colección de Casavalle puede consultarse en Swiderski (1996).

¹⁴ Carta de Juan María Gutiérrez a Carlos Casavalle, 5 febrero 1874. (Piccirilli 1942: 118).

¹⁵ Carta de Estanislao Zeballos a Carlos Casavalle, 9 marzo 1880. (Piccirilli 1942: 67-68).

¹⁶ Carta de Carlos Casavalle a Juan María Gutiérrez, 18 julio 1877. (Piccirilli 1942: 125).

catálogos de su librería. Por lo demás, el círculo de relaciones cultivadas por el editor suponía el acceso a beneficios económicos procedentes del Estado¹⁷.

En la confrontación de la figura de Casavalle con la de Irupe, uno de los varios editores surgidos durante la década de 1880 y pioneros en la difusión del criollismo popular, puede advertirse la redistribución de las dimensiones simbólica y material que tuvo lugar, durante el proceso de modernización, en el caso específico del espacio editorial: sin demorarse, el mercado iría cumpliendo ciegamente los proyectos imaginados por el voluntarismo de la élite letrada. Pedro Irupe se inició como editor en 1885, un cuarto de siglo después de que Casavalle fundara su imprenta-librería. Fuera de su alcance el prestigio de las obras históricas, casi todas las ediciones de Irupe pertenecieron al campo más fluido y accesible de la literatura. Sin imprenta propia ni lealtades ajenas a la lógica del mercado, recurrió a distintos establecimientos tipográficos (Stiller, *Sud-América*, Juan Bernat), y desde el principio usó el nombre de editor. Casavalle había sido reconocido como el “editor nacional”; Irupe se llamó a sí mismo “editor de obras nacionales”, sólo que ahora no se trataba de un título honorífico, y bajo la palabra “nacional” volvían a traslucirse los términos “popular” o “comercial”. A mediados de la década, cuando tuvo lugar “la aparición casi súbita de un tipo de producción literaria [criollista popular] y de un aparato editorial destinados a satisfacer un espectro de lectura tan amplio como notoriamente diversificado” (Prieto 1988: 57), creó la “Biblioteca Económica de Autores Argentinos” (1885–1886). Como Casavalle, publicó textos de Echeverría, pero en una edición titulada *Obras selectas* que, según el *Anuario*, venía a poner “al alcance de todo el mundo la lectura de las obras del distinguido cantor de *La cautiva*, poco popularizadas a causa de lo costoso de la edición que de ellas existía”.

La democratización de las letras y los nuevos signos de distinción

Es sabido que Rubén Darío, recordando su estadía en Buenos Aires entre 1893 y 1898, afirmó que la publicación de un libro sólo era posible entonces para un Anchorena. La afirmación puede ser más o menos acertada, pero su validez depende del punto histórico en que se sitúe la mirada. En los 1880s, las miradas confrontaban el presente con un pasado no muy lejano y lo que veían era que el acceso a la publicación se había allanado de un modo casi alarmante. Durante la década comenzaron a proliferar los “ensayos”: obras de aficionados y novatos que, bajo la solicitud de indulgencia contenida en la palabra “ensayo”, probaban suerte en el campo de la literatura. En el prólogo al tercer número, Alberto Navarro Viola justificó su publicación remarcando la “necesidad de un juicio firme y severo, que contribuyese [...] a retraer un tanto a los que parecen poseídos por la manía de ser autores, y que darán alguna vez ocasión para un estudio especial de curiosidades descabelladas”. Fascinado por la “rara ingenuidad” y la “pretenciosa trivialidad” de estas “obras ridículas”, el *Anuario* nunca dejaba de comentarlas, y hasta copiaba fragmentos para “solaz del lector”. Las obras eran poemas y novelas, pero sobre todo libros de viajes –y en este punto la figura del escritor profano, poseído por esa “manía de ser autor” responsable de “tanta zoncera literaria que se publica en esta Capital”, se superpone a la figura contemporánea y análoga del *rastaquoère*, producto él también de una democratización, la del viaje a Europa, y motivo de una renovación de los signos de distinción cultural (Gardié 2003: 207-218).

Mientras surgía esta figura del escritor profano, nacía también el gusto por la “edición esmerada”, se producía una revalorización de los “papeles viejos” y se afianzaba la figura del “amateur del libro”, como llamaban entonces al bibliófilo. En los 1880s, los lectores de la élite letrada aprendieron a contemplar con intensidad erudita la materialidad de los libros. El arte de la tipografía se convirtió en un saber de alta legitimidad cultural y fue materia de certámenes. Los diferentes lujos que llevaban en sí y transferían a su poseedor las “ediciones cuidadas” se volvieron un refinamiento indispensable para los sectores intelectuales contemporáneos a las

¹⁷ V. Quesada, que lo había favorecido en Paraná cuando se le concedió la impresión del *Boletín Oficial*, le encomendó en 1877, por ejemplo, la publicación de su informe sobre *Las bibliotecas europeas y algunas de América Latina* en una edición de quinientos ejemplares, de los cuales “cuatro cientos ejemplares el gobierno se reserva”. (Piccirilli 1942: 63). Casavalle no figuró, sin embargo, entre quienes más beneficios obtuvieron en los 1880s con la publicación de obras subvencionadas por el Estado.

primeras fiebres del coleccionismo y las novedosas voracidades del *shopping raid* que, orientadas a la adquisición de obras de arte y objetos decorativos, amenazaron el parecido de las casas elegantes a museos colmados.

BIBLIOGRAFÍA

- BUONOCORE, Domingo (1974). *Libreros, editores e impresores de Buenos Aires. Esbozo para una historia del libro argentino*. Buenos Aires, Bowker editores.
- EUJANIÁN, Alejandro (1999). “La cultura: público, autores y editores”. *Nueva Historia Argentina, Liberalismo, estado y orden burgués (1852–1880)*, t. 4, Marta Bonaudo (dir.). Buenos Aires, Sudamericana.
- FERNÁNDEZ, Juan Rómulo (1943). *Historia del periodismo argentino*, Buenos Aires.
- GARCÍA MÉROU, Martín (1890). *Recuerdos literarios*, Buenos Aires.
- GARDIÉ, Silvana (2003). “Los viajes del 80 y la figura irritante del rastaquòère”. *Cuadernos del Sur. Letras*, n° 32-33, Bahía Blanca, Departamento de Humanidades, Universidad Nacional del Sur.
- GROUSSAC, Paul (2001). *Los que pasaban*. Buenos Aires, Taurus.
- GUTIÉRREZ, Juan María (1864). “Estadística bibliográfica de Buenos Aires”. *Revista de Buenos Aires*, a. 1, n° 10, Buenos Aires.
- LICHTBLAU, Myron Ivor (1957). *The Argentine Novel in the Nineteenth Century*. New York, Hispanic Institute in the United States.
- NAVARRO VIOLA, Alberto (1880-1888). *Anuario Bibliográfico de la República Argentina*. Buenos Aires.
- NAVARRO VIOLA, Miguel (1878-1883). *La Biblioteca Popular de Buenos Aires*. Buenos Aires, Imprenta del Mercurio / Librería Editora de Enrique Navarro Viola.
- OLIVERA, Carlos (1887). “Juan Moreira”. *En la brecha. 1880-1886*. Buenos Aires, F. Lajouane / Paris, Ch. Bouret.
- PICCIRILLI, Ricardo (1942). *Carlos Casavalle. Impresor y bibliófilo*. Buenos Aires, Julio Juárez.
- PRIETO, Adolfo (1988). *El discurso criollista en la formación de la Argentina moderna*. Buenos Aires, Sudamericana.
- QUESADA, Ernesto (1893). “El movimiento intelectual argentino. Revistas y periódicos”. *Reseñas y críticas*. Buenos Aires, F. Lajouane.
- SWIDERSKI, Graciela (1996). *Colección Carlos Casavalle (1544-1904)*, Buenos Aires, Archivo General de la Nación.