



EL NEGOCIO DE LA EDICIÓN. CLARIDAD 1922-1937

JULIANA CEDRO
UBA/UNAJ

Introducción

Al mirar el mercado editorial de Buenos Aires a principios del siglo XX podemos encontrar desde lo más selecto de la literatura francesa en costosos volúmenes encuadernados que venden las librerías porteñas hasta folletines y libros cuyos precios no excedían el de un café con leche y que se distribuían de los modos más diversos: en puestos de venta de revistas, casa por casa, etc. A pesar de sus diferencias, ambas realidades fueron deudoras de las experiencias europeas que los inmigrantes supieron traer a Buenos Aires como parte de su equipaje. Ya a mediados del siglo XIX era común en España la entrega de obras literarias junto con los periódicos de distribución masiva o en entregas en el modo de folletín y, aunque vale aclarar que esta forma de folletín no tenía la carga despectiva que hoy tiene y que grandes novelistas como Alejandro Dumas o Balzac publicaron sus obras en esta modalidad, no debemos pensar aquí solo en el contenido de la obra sino también en su soporte. Una biblioteca de volúmenes encuadernados, con filigrana y papel de calidad es atributo de la clase burguesa mientras que las ediciones en folletín estaban destinadas exclusivamente a las clases trabajadoras. Eran segmentos de mercado que no coincidían en temática, autores, público o lugar de venta pero cuyos límites fueron esfumándose en el transcurso de la primera mitad del siglo XX.

Para centrar la mirada en el proceso que lleva, en el comienzo del período de entre guerras, a la integración de este mercado poniendo en el circuito alternativo los mismos autores que en las librerías, ampliando la oferta temática y permitiendo de esta manera que los nuevos lectores incorporaran los saberes y hábitos necesarios para entrar en el circuito formal del libro y haciendo también, en algún sentido, que la librería se reorganice para ser accesible a estas nuevas necesidades, se atenderá especialmente el caso de Editorial Claridad, que entre 1922 y 1940 publicó con gran éxito cientos de títulos de los más diversos temas y autores en ediciones accesibles en precio y formas



de distribución logrando una importante presencia de sus ediciones en el mercado, y el papel que juega su editor, Antonio Zamora, en la puesta en marcha y éxito del proyecto. Los dos aspectos son considerados como una importante contribución al proceso estudiado.

La experiencia de Claridad

La Cooperativa Editorial Claridad publicó numerosas revistas de temas diversos entre las que se destacó la de nombre homónimo, pero editó también un sinnúmero de libros que formaron colecciones de poesía, novela, ciencia, etc. Hasta el momento la mayoría de los estudios sobre Claridad atienden o bien las publicaciones periódicas, o bien los libros editados. Así Liliana Cattaneo (1992) atiende al proyecto americanista concretado por Claridad y rescata la temprana aparición dentro de los debates de la revista de temas que serán los ejes de discusión dentro de la izquierda en las décadas anteriores al peronismo. En la misma línea Mariana Luzzi (2002) da cuenta, a través de los debates publicados, de la manera en que el socialismo caracterizó las transformaciones de la época. Estos trabajos logran superar la visión ampliamente extendida de un socialismo anquilosado, perplejo e inmóvil frente a los cambios que atravesaba la sociedad. La perspectiva latinoamericana de la revista es tratada también por Florencia Ferreira de Cassone (1998), que, aunque a partir de un discurso excesivamente descriptivo, tiene la gran virtud de transcribir citas y listas de índices que de otra forma serían de difícil acceso. En cuanto a las colecciones de libros, Luis Alberto Romero (1995a) ve en su organización una propuesta pedagógica que Graciela Montaldo comparte y completa con el análisis de la revista principal de la cooperativa como marco de lectura para los lectores recientemente alfabetizados (1987 y 1990). Sin llegar a pensar la propuesta editorial como un todo, da un paso fundamental para el estudio de la iniciativa cultural en su conjunto.

Es por esto que resulta interesante analizar cómo la interacción de estos elementos materiales ayudó a ampliar los marcos de lectura en la Buenos Aires de principios de siglo. Esa interacción que Ernesto Giudici describe como un sistema que, organizado con inteligencia y sentido comercial, se abastece a sí mismo, “el artículo que se edita luego en folleto es anunciado en la revista y todo está unido a la presencia activa de Claridad como tribuna, que le otorga durante muchos años una atrayente notoriedad y



prosperidad” (Giudici 1981). De esto se trató el proyecto de Claridad y llegó a convertirse en una particular empresa cultural de notable vocación pedagógica. La Cooperativa nunca descuidó su perfil militante, todo lo publicado tenía como objetivo educar y crear conciencia en la clase trabajadora. Pero nunca descuidó tampoco el perfil comercial. Cuando el precio del papel hizo el negocio poco rentable, la aventura llegó a su fin.

El proyecto nace en febrero de 1922 cuando el primer número de la revista-libro *Los pensadores* sale a la venta. Según cuenta E. Corbière en el ya clásico número especial que la revista *Todo es Historia* dedicó a Claridad y a su editor Antonio Zamora en 1981, éste trabajaba en el diario *Crítica* cuando tuvo la idea de editar obras selectas de la literatura en un formato que le permitiera su venta a un precio muy inferior al de un libro y utilizando el amplio circuito de venta de los diarios y folletines de entregas semanal.

Edita entonces, en este novedoso formato, *Jeronimo Crainqueville* de Anatole France bajo el sello Cooperativa Editorial Claridad. Con una frecuencia quincenal aparecieron en esta colección cien títulos entre los que se cuentan obras tan heterogéneas como *El ABC del comunismo* de Bujarin; *Imperialismo, última etapa del capitalismo* de Lenin; *La moral religiosa* de Voltaire; *Idilios y fantasías* de Pío Baroja o *Misas herejes* de Carriego. No fueron pocos los títulos que se agotaron velozmente. La idea había sido exitosa.

El precio del papel era muy bajo en Buenos Aires en aquel momento y esto ayudó a que la experiencia de la Cooperativa Editorial Claridad no sea un fenómeno solitario dentro del escenario cultural que se configuró en Buenos Aires durante el período transcurrido entre las dos guerras mundiales. El nuevo campo cultural porteño estuvo atravesado por numerosas revistas y empresas editoriales, pero a juzgar por sus huellas, Claridad parece haber sido la de mayor alcance y circulación.

Su éxito parece ser fruto, en principio, de dos características distintivas de la empresa, en primer lugar el hecho mil veces resaltado de lo económico de sus publicaciones. Es conocida la comparación del costo de un ejemplar de Claridad con los \$0,20 que salía un “completo” –café con leche con pan y manteca–¹ en cualquier bar de Buenos Aires.

¹ Esta comparación es mencionada en el citado número de *Todo es historia*. Beatriz Sarlo menciona además que las ediciones de una editorial tan popular como Tor tenían un precio de venta que iba de \$1 a



En segundo lugar, menos mencionado pero no por eso menos importante, el hecho de que, desde sus inicios, tanto la política editorial, esto es la selección de temas y autores que se editarían, como la comercial, estuvieron destinadas a un público masivo que, aunque recientemente alfabetizado, no era ajeno al hábito de la lectura. El fenómeno de las novelas por entregas entre 1917 y 1927 que ha sido tan bien analizado por Beatriz Sarlo en su libro *El imperio de los sentimientos* (2000) ayudó a crear en él el hábito de la lectura en su tiempo libre. El objetivo de Claridad era ahora poblar las primeras bibliotecas de ese público que no estaba invitado a las librerías del Centro,² circuito de distribución por excelencia de la cultura letrada.

El tipo de literatura que el grupo de Claridad deseaba divulgar no tenía nada en común con el difundido por las sentimentales entregas semanales; es más, desde las páginas de la revista opinaban sobre esa clase de publicaciones cosas como esta:

...hay un veneno más terrible que la morfina que se expende libremente en todos los quioscos y librerías y contra el cual no se toman medidas de ninguna naturaleza. Es un veneno que corroe el alma del pueblo, que degenera al hombre, lo embrutece y lo aniquila. Es la literatura populachera. Esa literatura que hacen los idiotas mentales para sus colegas analfabetos [...] Hay literatura de este género para niños, para viejos verdes y para señoritas. Cada edad y cada sexo tiene su publicación especial. El veneno alcanza a todos.³

En su lugar, la Cooperativa propuso un discurso basado en una gran cantidad de traducciones de textos, tanto políticos como literarios, que desde la perspectiva del proyecto se consideran fundamentales para “educar” a la nueva sociedad e ilustrarla en las experiencias de cambio y progreso que estaban teniendo lugar en una ciudad que vivía la transición a la modernidad (Sarlo 1988).

La selección de obras con alto grado de crítica social en su contenido, de jóvenes escritores de la vanguardia latinoamericana, balanceaba el catálogo.

Pero estos libros no hubiesen gozado de tan grande aceptación de no haber estado acompañados por un proyecto pedagógico que, con el soporte de la revista que el grupo

\$2, mientras que las novelas por entregas mantuvieron un precio estable durante el período de \$0.10 (2000).

2 Beatriz Sarlo ofrece una excelente descripción de este circuito que puede parecernos tan extraño en estos días en que las librerías están ordenadas cada vez más de forma que facilite el autoservicio.

3 Editorial de *Los pensadores*, año IV n° 107, Buenos Aires, 10 de marzo de 1925.



siguió editando periódicamente, con los cambios que veremos, permitió a los compradores aprehender y comprender los libros ofrecidos.

Las publicaciones se agotaban alentando la expansión del proyecto. En diciembre de 1924, mientras los libros comienzan a editarse ordenados en pródigas y pedagógicas colecciones, *Los pensadores* deja de entregar una obra literaria completa para convertirse en una revista con diferentes secciones: literatura, arte, política nacional e internacional. Aunque tanto Zamora como muchos de sus colaboradores cercanos pertenecieron al Partido Socialista, esta revista nunca se convirtió en un medio orgánico del partido. Puede decirse que se mantuvo fiel a su título como una tribuna del pensamiento izquierdista dando lugar en sus páginas a representantes de las más variadas vertientes del socialismo, anarquismo, comunismo, americanismo. No puede dejar de mencionarse, sin embargo, que la dirección del proyecto estuvo siempre en manos de Zamora quien nunca dejó de escribir la columna editorial de la revista. La propuesta para las páginas de la nueva revista queda claramente expuesta en este primer número:

GUÍA DE LECTURA

LOS PENSADORES, de acuerdo con el propósito cultural que viene sosteniendo desde su fundación, consagrará este espacio para recomendar a sus lectores el trato con determinados libros. [...] En todas partes hay bibliotecas públicas llenas de libros que no se leen; es preciso aprovecharlos leyéndolos y recomendando su lectura a los demás.

Es con este criterio que aparecerá esta guía en todos los números de LOS PENSADORES.⁴

No es lugar este para dar cuenta de la inmensidad de títulos publicados por Claridad, pero por lo que pudo reconstruirse de su catálogo, el criterio de selección de las obras a editar siguió siempre una clara línea política. ¿No editaron novelas entonces? Claro que sí, ¿cómo ignorar los gustos de las románticas jovencitas... o no tanto? Ya en el temprano 1926 llamaron a una de sus colecciones Clásicos de amor, pero la selección de autores y títulos consagrados por la literatura universal y considerados, tal como indica el nombre de la colección, Clásicos, marcó una gran diferencia con los folletines por entregas. La colección no fue tan prolifera como otras –La biblioteca científica o

4 Nota al final de la sección BIBLIOGRAFÍA en *Los pensadores* n° 101, Bs. As., diciembre de 1924.



Contra la guerra– pero contó entre sus títulos obras como *El arte de amar de Ovidio* o *Así pasó el amor* de Turgueniev.

La elección de cada libro del catálogo estuvo orientada a generar en los lectores, lejos del conocido sopor romántico que lo aleja de los problemas cotidianos, conciencia sobre las injusticias de la nueva sociedad que se estaba gestando, sobre los horrores de la guerra, sobre los problemas del mundo laboral o las heridas de América Latina y el colonialismo. Con un espíritu abiertamente ilustrado, los editores de Claridad emprendieron la tarea de iluminar al pueblo con la luz de la cultura.

En julio de 1926 la revista cambia su nombre por Claridad en un explícito homenaje al grupo francés Clarté de Henry Barbusse y Anatole France; y los deseos del grupo fueron nuevamente publicados en el breve editorial que inaugura la nueva etapa:

CLARIDAD aspira a ser una revista en cuyas páginas se reflejen las inquietudes del pensamiento izquierdista en todas sus manifestaciones. Deseamos estar más cerca de las luchas sociales que de las manifestaciones puramente literarias. Creemos de más utilidad para la humanidad del porvenir las luchas sociales que las grescas literarias...⁵

En esta línea se continuaron editando libros como *Pasos en la sombra* de J. Salas Subirat o *Cómo educa el Estado a tu hijo* del maestro anarquista Julio Barcos.

Y las prensas seguían funcionando sin descanso. Para dar una idea, solo en 1926 aparecieron más de cincuenta títulos nuevos, además de las frecuentes reediciones y la revista.

Tanto funcionaban que en septiembre de 1927 Zamora considera rentable comprar la imprenta propia, que permitirá abastecer la gran demanda que sus publicaciones tienen. El anuncio en la revista fue un grito de victoria:

Ampliaremos nuestro radio de acción en todo lo que esté a nuestro alcance, siempre encaminados hacia la misma finalidad de hacer una vasta obra de difusión cultural con lo más selecto que ha producido y produce el espíritu humano.⁶

Siguiendo esta consigna las actividades del grupo intentaron ir más allá de la edición y distribución de libros, y en mayo de 1929 considerando que la hora actual de la civilización, fecunda en inquietudes espirituales e intelectuales, necesitaba de un órgano

5 *Claridad* n°1, Bs. As., julio de 1926.

6 *Claridad* n°145, Bs. As., septiembre de 1927.



vital que las reproduzca, refleje y debata, ampliando su radio de acción y agitación ideológica,⁷ inaugura el Ateneo Claridad.

A mediados de la década siguiente, y acorde a los vientos que corrían en la izquierda internacional, la revista cambia su clásico epígrafe por el de “Tribuna del Pensamiento Libre”, y es que las aguas estaban ahora divididas por el apoyo o no a las fuerzas democráticas del mundo frente al fascismo, que es considerado el mayor de los males. En el número 308 de la revista, publicado en diciembre de 1936, la tapa ilustrada con el rostro de Roosevelt da inicio a esta nueva época en la que también se editará, por ejemplo, la vida de este presidente y varios títulos sobre los regímenes totalitarios, por ejemplo: *Mussolini, gran actor* de Beneri.

Pero en 1937 comienzan los aumentos de precio. La revista duplica su valor y pasa a costar \$0.40; comienzan también las quejas por el aumento en el precio del papel que, según las palabras de la revista, aumenta de precio más que el oro. Sin embargo, durante ese mismo año el grupo celebra los 16 de obra y no parecen verse en el horizonte nubes de cierre: en el balance de 1937 publican orgullosos el alcance de la revista en América detallando en el listado de canje con otras publicaciones del continente un total de 293 revistas y 66 periódicos de 21 países, cifra que enorgullecería a los encargados de prensa de cualquier editorial actual.⁸

En 1940 los aumentos en el precio del papel hacen insostenible el precio de venta de los ejemplares y la base del proyecto se viene abajo. Zamora sigue editando libros, básicamente de derecho, pero bajo su propio sello editorial; el proyecto de Claridad había llegado a su fin.

Claridad en busca de un lector

Cuando aparece aquel primer número de *Los pensadores* el mercado editorial en Buenos Aires se encuentra todavía en formación. Su desarrollo se entrecruza con los procesos de profesionalización de escritor y otras profesiones de importancia para su desarrollo como pueden ser editores o correctores. En cuanto a la otra cara de la moneda, la de los

⁷ Propósitos del Ateneo Claridad publicados en: *Claridad*, nº 183, Bs. As., mayo de 1929.

⁸ Síntesis de la obra de Claridad al cumplir una nueva etapa de su vida en: *Claridad*, nº 322. Bs. As. 1937.



lectores, Rivera considera que pueden observarse dos modos de consumo muy diferenciados. En sus palabras,

Comienzan a coexistir, redimensionando el circuito hasta entonces clásico de la lectura, un público con tradición literaria (especialmente francesa) que se nutre con los surtidos catálogos de las grandes librerías porteñas de Joly, Espiase, Jacobsen, Bredhal, Moen y Lajouanne, y un nuevo público que devora los folletines de *La Patria Argentina* y más tarde los novelones de centavos y los cuadernillos gauchescos que editan Romassi, Rolleri, Matera y otros pioneros de la edición popular (1998: 24).

Por un lado los escasos cientos de lectores que consagraban una obra literaria en las librerías porteñas donde el consumo cultural era exclusivo de un selecto grupo de intelectuales miembros en su mayoría de la clase política porteña y, por el otro, el gran número de lectores recientemente alfabetizados, miembros de las clases subalternas que consumían folletines por entrega y libros de edición económica en cantidades impensables para el circuito formal de las librerías. Para dar una idea del alcance de estas publicaciones Stella Puente (2007: 36) cita un anuncio de 1916 en el que la novela semanal dice ser leída por más de 350.000 personas; aun teniendo en cuenta que el anuncio exagera el número, continuaría siendo inalcanzable para los libros de autor que se comercializaban en las librerías.

Beatriz Sarlo también resalta las diferencias, en este caso de consumo en cuanto temáticas y autores, y ya en el primer párrafo de su estudio sobre folletines periódicos hace notar que, si bien las narraciones analizadas son contemporáneas a las vanguardias “resulta difícil imaginar un lugar donde pudieran haberse cruzado *El tamaño de mi esperanza* de Borges con *La Novela Semanal* o *La Novela del Día*” (1988: 19).

La bibliografía plantea entonces este mercado como un lugar de espacios contrapuestos por temática, autores, lugar de venta y público lector; un mercado polarizado, pero los puntos de intercambio y realimentación entre ellos no han sido muy estudiados. Es este diálogo entre ambos extremos del mercado lo que parece lograr, entre otros, el proyecto de Claridad que, desde un principio y según sus palabras,

consagrará este espacio para recomendar a sus lectores el trato con determinados libros. Son muchas las personas que por carecer de un indicador inteligente, se atiborran de lecturas produciendo una confusión tan grande que, lejos de favorecerlas, les perjudica. Otras personas hay que puestas frente a una librería no saben qué libro escoger por faltarles una determinada orientación, y toman el primero que les viene a mano sin saber



si podrán comprenderlo o no, e ignorando absolutamente su carácter, las características de su autor, su significación literaria e histórica, etc. Es necesario leer con método y leer libros buenos. Hoy día la invasión de publicaciones de poco precio conteniendo tósigos espirituales preparados por escritorzuelos iletrados y mercantiles hacen mucho más daño de lo que parece. Si Luis de Val, Carolina Invernizio, Jorge Ohnet y otros mediocres envenenaron generaciones enteras, debemos evitar que la nuestra se intoxique con la literatura chirle, cursi y pornográfica que se ofrece en revistillas semanales. Hay que alejar al pueblo de esa mala literatura. En todas partes hay bibliotecas públicas llenas de libros que no se leen; es preciso aprovecharlos leyéndolos y recomendando su lectura a los demás. Es con este criterio que aparecerá esta guía en todos los números de LOS PENSADORES.⁹

Si bien este tipo de citas es común en las publicaciones de la época,¹⁰ se nota en *Los pensadores* y más tarde en *Claridad* un marcado interés en cumplir con el proyecto pedagógico enunciado (Montaldo 1989). Los lectores nunca quedan solos frente a la propuesta editorial y los argumentos de venta de cada título dejan ver criterios de selección que buscan siempre despertar una visión crítica de la sociedad en sus lectores.

Intelectuales y mercado editorial

Las librerías, que son hoy en Buenos Aires el lugar inequívoco del mercado editorial, eran aún durante las primeras décadas del siglo XX, parte de un circuito reservado a unos pocos intelectuales cuya predilección por un consumo cultural de lo extranjero es conocida. De este modo no es extraño que circulara mayormente, en las librerías de Buenos Aires, literatura francesa e inglesa. Así lo muestran, por ejemplo, las publicidades en El anuario bibliográfico de la República Argentina editado desde fines del siglo XIX por quien fuese el secretario privado del presidente Julio A. Roca, Alberto Navarro Viola (de Sagastizábal 2002). El ensayista Jorge Rivera también ilustra esta realidad con una cita de Borges: “Mi padre tuvo excelente biblioteca francesa, como todas las bibliotecas de la época. Tenía pocos libros españoles. No se tenía el hábito de leer en castellano. Una biblioteca clásica francesa e inglesa y unos pocos libros

9 Nota al final de la sección BIBLIOGRAFIA en *Los pensadores* N° 101, Bs. As., diciembre de 1924.

10 “La inocencia supuesta en los lectores permite afirmaciones programáticas que no soportan bien el cotejo con las narraciones a las que acompañan *La Novela de Hoy* cuenta con el apoyo decidido de intelectuales de renombre y alentada por esa circunstancia emprenden su campaña guiada solo por el deseo de una mayor difusión intelectual” (Sarlo 1988: 51).



argentinos que todo el mundo tenía” (1998: 35-36). Lejos de las prolijas bibliotecas de las librerías actuales, catalogadas por tema y ordenadas por autor, en estos lugares el “orden” solo podía ser entendido por iniciados que fuesen capaces de descifrar el mapa de ruta que permitía saltar de un anaquel a otro encontrando en los saltos una coherencia y es que, tal como describe Beatriz Sarlo, “A la librería se va para adquirir fragmentos de una cultura a condición de que otros fragmentos ya hayan sido adquiridos antes” (1988: 35). Estas librerías eran, ante todo, lugares de sociabilidad y consagración en que los libreros, que muchas veces oficiaban además de editores e impresores, jugaban un rol importante y aspiraban a formar parte del selecto círculo. Leandro de Sagastizábal ve en esta relación un signo del proceso de modernización del mercado:

Los impresores también comienzan a desarrollar otro aspecto fundamental en la lógica del editor moderno posterior: la relación fluida con el mundo intelectual de su época. Carlos Casavalle, por ejemplo, era un activo participante de tertulias (algunas de ellas llevadas a cabo en la Librería de Mayo, de su propiedad) que reunía a lo más selecto de la elite de escritores e intelectuales (2002: 128).

En su mayoría españoles o italianos, no era raro que los libreros estuviesen al tanto de lo que se editaba en Madrid, París, México o Barcelona.

La tirada promedio para los libros que se comercializaban en las librerías era de 1.000 ejemplares, la mayoría de las veces financiados por el mismo autor, que podía considerarse consagrado con la venta de unos cientos de ejemplares adquiridos por profesionales miembros de la elite y círculos intelectuales.

Con este escenario es fácil imaginar que las clases subalternas no se sintiesen invitados siquiera a entrar en tales reductos culturales, ellos se movían y consumían sus cuotas culturales en el otro extremo del mercado.

Nuevos lectores y mercado editorial

La inmigración y el proceso de alfabetización conformaron un amplio público que, si bien no contaba con la formación necesaria para aventurarse a las librerías ni las posibilidades materiales para adquirir los volúmenes que allí se vendían, demostraron, por el éxito de las experiencias editoriales de la época, estar ávidos de practicar el hábito de lectura recientemente adquirido. Los periódicos jugaron un papel muy importante en la difusión de la literatura, sin embargo su éxito hace que la edición de



libros por entregas comience a diferenciarse rápidamente de los suplementos de la prensa. El número de lectores potenciales, gracias a las campañas de alfabetización, crece un 250% en menos de 20 años.¹¹ Pero, ¿quiénes formaron parte de este grupo? Luis Alberto Romero (1995b) diferencia distintos públicos con consumos también diferenciados. Por un lado, las clases medias en proceso de integración en quienes podían estar pensando, por ejemplo, los editores de la Biblioteca de la Nación a partir de 1901. Volúmenes económicos, pero cuya apariencia imita aquellos objetos inalcanzables en los anaqueles de las librerías céntricas. Por otro lado los militantes políticos influidos por el anarquismo y el socialismo que pudieron acceder a obras clásicas, pero también a la producción de las vanguardias europeas por unos centavos y sin necesidad de aventurarse en el mundo, hasta ese momento ajeno, pero sobre todo hostil, de las librerías. Pero ocurrió también que

otro sector numerosísimo del mismo público se convirtió en el receptor de un sistema literario que en sus aspectos externos no parecen sino un remedo, una versión de segundo grado del sistema literario legitimado por la cultura letrada. El libro es aquí un objeto impreso de pésima factura; la novela es folletín; el poema lírico, cancionero de circunstancias; el drama, representación circense (Prieto 1988: 15).

Un público obrero, pero menos influido por la militancia cuyo consumo cultural pasó principalmente por algunos folletines de lectura fácil y tapa llamativa; obras de temas gauchescos, cocoliches y lunfardos. Estos libros comparten el circuito de ventas con los periódicos y se venden también en lugares de esparcimiento tales como tabaquerías, barberías o salas de lustrar. Gálvez cuenta en sus memorias que los librereros “Tampoco ponen en los escaparates los libros de precio bajo, como los de las colecciones Austral y Contemporánea. Nada digamos de los de Tor, que se venden a precios popularísimos. Más aún: muchas librerías, por la razón de que ganan poco vendiéndolos, no quieren ni tener los libros de Tor” (2003: 736).

La cita de Gálvez, que habla de la situación entrada la década del 30 por la referencia a la colección Contemporánea de Losada, es válida también para el caso de Claridad. Sin embargo, si atendemos a las tiradas –Rivera aclara que excedían en general los 5.000 ejemplares (1998: 43)– cantidad de reimpressiones y la multiplicidad de títulos y colecciones publicadas, el proyecto de Claridad tiene que haber contado incluso la

¹¹ Pasan de aproximadamente 1,5 millones de personas en 1885 a 3,9 en 1914 (Puente 2007: 36).



franja de lectores más alejados de las experiencias previas de lecturas para alcanzar su masividad. Es lo novedoso del caso, ya que los militantes deben haber sido el público en el que pensaban los editores al diseñar el proyecto y en cuanto a las clases medias, ya se ha mencionado su anhelo por imitar los consumos culturales de los grupos de elite. Cabe preguntarse entonces cómo se logra llegar a estos lectores. La respuesta puede buscarse en el estudio en conjunto del proyecto y la interacción que existía entre la revista homónima y la línea editorial ya que las páginas de la revista, que tenía mayor y más fácil llegada a los lectores, se usaron sistemáticamente con mucha inteligencia para publicitar e incitar la lectura de los libros publicados. No se han encontrado títulos publicados entre 1924 y 1940 que no hayan sido publicitados en la revista siempre acompañada de pequeños textos que, de manera muy sugestiva, exponen en forma sintética las principales razones por las que la obra recientemente publicada debería ser leída por el público. De esta manera publicitan el libro de Subirat, *Pasos en la sombra*:

PASOS EN LA SOMBRA

Una reconstrucción intensa y emotiva de los acontecimientos de la semana trágica de enero de 1919.

En los primeros días de mayo próximo la Editorial Claridad lanzará a la venta una profusa edición de esta nueva novela de J. Salas Subirat.

PASOS EN LA SOMBRA

Presenta un problema de gran interés en todos los hogares.

PIDALA EN TODOS LOS KIOSCOS

(*Los Pensadores*, diciembre de 1924).

Y la obra de Alfredo Palacios:

LIBERTAD DE PRENSA, esta nueva obra del Dr. Alfredo Palacio se reseña la historia del periodismo libre y de la legislación de imprenta en sus más diversos aspectos y en los distintos países. En esta época de represión y de amenaza reaccionarias esta obra constituye un valioso documento para la defensa de las libertades públicas (*Claridad*, enero de 1935).

Movilidad e integración del mercado

En el correr de la experiencia, aquellas primeras ediciones de revistas-libros o folletos impresos a un color de tapa blanda y formato bolsillo se transforman en libros encuadernados. La compra de una imprenta propia en septiembre de 1927 sin dudas ayudó a mejorar las ediciones manteniendo la política de precios. Las publicaciones se convierten así en libros encuadernados, muchos de ellos con tapa dura, cuyos diseños



muestran también una gran evolución incluyendo ilustraciones e impresión a dos colores.

Estas ediciones, aunque no dejan nunca de venderse en kioscos y puestos de periódicos, pueden ya filtrarse en los estantes de las librerías y son, de hecho, las que aún se encuentran en librerías de usados no sólo en Buenos Aires sino en otras ciudades tanto en Argentina como en el resto de América Latina dando muestras, además, de la gran expansión lograda por el proyecto (Bagú 1981). Ya en febrero de 1933 en la publicidad de la edición económica de *El nuevo derecho* de Alfredo Palacios se aclara que se puede pedir la obra no sólo en Kioscos o puestos de periódicos sino también en librerías.

Héctor Miri asegura en su artículo del número especial de *Todo es historia* (1981) que el mismo Antonio Zamora se encargó de fomentar una red de libreros latinoamericanos que recibieran, aunque en poca cantidad –entre 3 y 5 ejemplares– cada novedad editada. Estos ejemplares se enviaban en firme, vale decir facturados en cuenta corriente, bajo la condición de no devolver el material. De esta manera todos los títulos publicados tenían ya una venta mínima asegurada. Por supuesto, esto también ayudó a mantener los precios característicos de Claridad.

Son estos los años previos a lo que Rivera (1998: 94-127) llama el auge de la industria cultural (1930-1955) cuando con la llegada al país de editores españoles corridos por la guerra se abren en Argentina grandes casas editoras como Losada o Espasa Calpe. Fue también en este período cuando surgieron empresas argentinas que compitieron con éxito por la atención de los lectores: Sudamericana y Emecé. Más tarde se sumaría el proyecto de Eudeba.

Queda por investigar si esta expansión de la industria editorial es únicamente fruto de una coyuntura internacional o la experiencia previa en Buenos Aires jugó un papel importante para preparar el escenario donde las nuevas y modernas empresas pudiesen tener éxito.

A modo de conclusión

El camino recorrido por el proyecto de Claridad se presenta así como la progresiva construcción de un puente entre los dos extremos del mundo del libro de la época



ampliando la oferta en el mercado masivo y creando, al mismo tiempo, su demanda. Un puente que permitió no sólo la incorporación a las librerías de un material variado, económico y accesible sino que también posibilitó que los destinatarios de estos libros estuviesen preparados para comenzar a frecuentar las librerías. Ahora podían ir allí sabiendo lo que buscaban. Podían ir a un lugar nuevo a encontrarse con lo ya conocido y, por qué no, descubrir también un mundo de libros hasta entonces fuera de su universo de posibilidades.

Pero este puente es parte del proceso de modernización de la sociedad, de la mano de una generación de editores y escritores ilustrados que entendieron que la luz de la modernidad debía ser para todos o no sería. Puede criticarse, tal vez, su modo autoritario de definir el corpus de lo que “debía” leerse, pero no puede negarse el avance que logra en los derechos de acceso ampliado a la cultura.

Así y todo, creemos que la importancia del estudio de este tipo de experiencias es que ellas tienen la capacidad, en cierta forma, de formar el mercado, de moldearlo ¿en qué sentido? Pues con sus políticas editoriales definen la oferta, deciden qué es lo que habrá disponible para leer, estudiar y discutir. Esto no es otra cosa que los elementos que conforman los marcos de pensamiento e influencia de una época, de una generación.

En este sentido no debe perderse de vista que las industrias culturales son, tal como lo define Stella Puente, organizadoras del consumo cultural. “Son las puertas de entrada y salida de los contenidos culturales que la sociedad consume a diario” y por lo tanto no pueden dejarse de lado para entender la sociedad de una época.

Bibliografía

- AA. VV. (1981). *Todo es historia*, N° 172, Buenos Aires.
- Bagú, Sergio (1981). “De Claridad a Eudeba”. *Todo es historia*, N° 172, Buenos Aires.
- Cattaneo, Liliana (1992). *La izquierda argentina y América Latina en los años 30. El caso de Claridad*, Tesis de Maestría presentada en el Instituto Di Tella, Inédita.
- de Sagastizábal, Leandro (2002). *Diseñar la nación*, Buenos Aires, Norma.
- Ferreira de Cassone, Florencia (1998). *Claridad y el internacionalismo americano*, Buenos Aires, Claridad.
- Gálvez, Manuel (2003). *Recuerdos de la vida literaria. Volumen 2*, Buenos Aires, Taurus.



- Giudici, Ernesto (1981). “Claridad en la década del 30”. *Todo es historia*, N° 172, Buenos Aires.
- Luzzi, Mariana (2002). “De la revisión de la práctica al Frente Popular. El socialismo argentino a través de Claridad, 1930-1936”. *Prismas, revista de historia intelectual* N° 6, Buenos Aires, UNQUI.
- Héctor Miri (1981). “Un libro a 0,50”. *Todo es historia*, N° 172, Buenos Aires.
- Montaldo, Graciela (1987). “Literatura como pedagogía, el escritor como modelo. Cooperativa Editorial Claridad: proyecto cultural y empresa comercial”. *Cuadernos hispanoamericanos* N° 445.
- _____ (1989). “Literatura de izquierda: humanismo y pedagogía”. *Historia social de la literatura argentina*, Buenos Aires, Contrapunto.
- _____ (1990). “Los pensadores y Claridad una propuesta cultural de la izquierda argentina”. *América. Cahiers de CRICCAL*, N° 4-5, Paris.
- Prieto, Adolfo (1988). *El discurso criollista en la formación de la Argentina moderna*, Sudamericana. Buenos Aires.
- Puente, Stella (2007). *Industrias culturales*, Buenos Aires, Prometeo.
- Rivera, Jorge (1998). *El escritor y la industria cultural*, Buenos Aires, Atuel.
- Romero, Luis Alberto (1995a). “Libros baratos y cultura de los sectores populares”. Luis Alberto Romero y Leandro Gutiérrez, *Sectores populares, cultura y política*, Buenos Aires, Sudamericana.
- _____ (1995b). “Una empresa cultural: Los libros baratos”. Luis Alberto Romero y Leandro Gutiérrez. *Sectores populares, cultura y política*, Sudamericana, Buenos Aires.
- Romero, Luis Alberto y Leandro Gutiérrez (1995). “Sociedades barriales, bibliotecas populares, cultura y política”. Luis Alberto Romero y Leandro Gutiérrez, *Sectores populares, cultura y política*, Buenos Aires, Sudamericana.
- Sarlo, Beatriz (2000). *El imperio de los sentimientos*, Buenos Aires, Norma.
- Sarlo, Beatriz (1988). *Una modernidad periférica. Buenos Aires 1920-1930*, Buenos Aires, Nueva Visión.