

# EDICIÓN Y CIRCULACIÓN DE LIBROS ILUSTRADOS EN LOS AÑOS '60: Colección “Arte para todos” de EUDEBA

María Eugenia Costa  
Universidad Nacional de La Plata - Facultad de Bellas Artes – IHAAA

## Resumen

En el contexto general de consolidación del mercado interno para la industria del libro, y en el marco particular de la renovación del modelo universitario vigente, en 1958 se produjo el lanzamiento de EUDEBA, cuyo primer gerente fue Boris Spivacow. Bajo el elocuente lema “*Libros para todos*”, se planteó no sólo una política editorial modernizadora dentro de la estructura estatal, sino que además se propuso un auténtico proyecto cultural democrático. En este sentido, la editorial universitaria se caracterizó por la apertura temática e ideológica del material bibliográfico, el cual se destinaba no sólo al ámbito académico sino que también se difundía entre un público masivo, debido a su bajo costo. Una novedad significativa fue introducida en el sistema de distribución y comercialización de los impresos: a las ventas por catálogo, las librerías, las sucursales y las ferias de libros se sumaron los stands localizados en las diversas facultades de la UBA y en otras universidades, los ‘kioscos’ callejeros en las principales ciudades, junto con los puestos de diarios y revistas. Asimismo se utilizaron estrategias de difusión peculiares: el establecimiento de rankings, la realización de conferencias de prensa, la publicación de avisos publicitarios, la presentación de micros radiales y televisivos, la exposición de originales.

Por otra parte, EUDEBA se destacó por la calidad gráfica de sus colecciones, como en el caso de “*Arte para todos*”, que conformó una serie de literatura y pintura argentinas editada en gran formato. Junto con la diagramación y el diseño (a cargo de Oscar Díaz), tuvo un papel relevante la ilustración de los libros. Para ello se convocaron a reconocidos artistas plásticos contemporáneos (Carlos Alonso, Héctor Basaldúa, Antonio Berni, Juan C. Castagnino, Enrique Policastro, Demetrio Urruchua, Luis Seoane, Raúl Soldi entre otros).

El presente trabajo se propone analizar la intervención de EUDEBA en el campo editorial argentino en la década de 1960, en una etapa de cambios significativos en el campo artístico-literario. A partir del estudio de distintas fuentes (incluidos los libros en su materialidad) se plantea indagar las posiciones de los diversos agentes involucrados en la producción y circulación de la mencionada colección.

## Introducción. La Universidad de Buenos Aires y la producción estatal de libros.

*“EUDEBA fue la puesta en escena más gigantesca de la Universidad como agente cultural en la esfera pública.”* Beatriz Sarlo, 1994.

La Editorial Universitaria de Buenos Aires (EUDEBA) fue fundada en junio de 1958 durante la gestión del rector Risieri Frondizi y sus primeros títulos salieron a la venta en septiembre de 1959.<sup>1</sup> El lanzamiento de EUDEBA se realizó en un contexto económico y social signado por varios factores coyunturales. Por un lado, luego de una etapa regresiva en la producción de libros (la cual es atribuida a diversos aspectos comerciales y financieros),<sup>2</sup> se produjo una progresiva recuperación del sector

---

<sup>1</sup>EUDEBA sustituyó al Departamento Editorial creado en 1955, el cual tenía a su cargo la *Revista de la Universidad de Buenos Aires* y había iniciado la publicación de una serie de libros de diversas áreas. Una de las debilidades de este Departamento “era publicar los libritos que hacían los profesores (...) Entonces, se editaban muchas veces cosas que no tenían ningún valor por cumplir una necesidad política”. Maunás, D. *Boris Spivacow. Memoria de un sueño argentino*. Buenos Aires: Colihue, 1995, p.119.

<sup>2</sup>La crítica situación económica para la industria editorial de mediados de los años '50 se debió a políticas cambiarias poco propicias que obstaculizaron las exportaciones de libros e incidieron en el alza de precios de los equipamientos e insumos (sobre todo en el caso del papel, que era importado casi en su totalidad). Al elevado costo financiero se sumaron la falta de apoyo crediticio y la carencia de políticas coherentes, tanto en el ámbito público como en el privado. Cf. Rivera, J. B. “Apogeo y crisis de la industria del libro 1955-1970”, en *Capítulo. Historia de la Literatura Argentina*, Buenos Aires: Centro Editor de América Latina, núm. 99, 1981, p.625-648.

editorial, fruto de la consolidación del mercado interno.<sup>3</sup> Por otro lado, se evidenció el incremento de los consumos culturales por parte de amplios sectores urbanos que vivenciaban los efectos de una movilidad social ascendente, fruto del alza en el nivel de los ingresos. Asimismo, se promovió el crecimiento del público-lector entre las capas medias de la población, debido a la ampliación de las oportunidades de acceso a la educación secundaria y superior, la cual tuvo un crecimiento “explosivo” de la matrícula.<sup>4</sup>

En el caso de la Universidad de Buenos Aires (UBA), luego de la intervención de 1955, no sólo se tendió a la “desperonización”,<sup>5</sup> la normalización y la democratización de la institución, sino también a la renovación del modelo universitario vigente, adoptándose un perfil “modernizador”.<sup>6</sup> Esta reestructuración institucional se basó no sólo en la noción de autonomía universitaria, sino también en la articulación entre docencia, investigación y extensión (entendida como un mecanismo de devolución a la sociedad).<sup>7</sup> Según palabras del propio rector Frondizi “*La Editorial desea satisfacer tanto las necesidades de los estudiantes y estudiosos, como las del pueblo que aspira al perfeccionamiento cultural, o a la información precisa y la opinión fundada sobre los grandes problemas nacionales y americanos*”.<sup>8</sup> En este sentido, la Universidad “reformista”, laica y gratuita de la década del '60, no sólo estaba interesada en la difusión masiva de su producción académica y comprometida con elevar el nivel educativo de los ciudadanos, sino que se concebía como aliciente del debate intelectual y agente activo del desarrollo nacional. Se trataba, pues, de replantear las misiones de la institución,<sup>9</sup> uniendo las consignas de la reforma universitaria al proceso de modernización científica y cultural de la época.

## **La gestión de un plan editorial. José Boris Spivacow y el ‘capital simbólico’ de EUDEBA.**

revista quedaran en la Universidad,

*“Entre las cosas más importantes que hizo Boris, fue difundir la cultura de las universidades (...) evitó que el libro o la distribuyéndose en un circuito interno”.* Aníbal Ford, 2003.

<sup>3</sup>Hacia 1955 la disminución de la cantidad de títulos publicados se vio parcialmente compensada por un elevado tiraje promedio. Si bien entre 1960-69 se dio un período de relativo crecimiento de la edición nacional, el boom asociado a la literatura argentina y latinoamericana coincide con el comienzo de la decadencia de la industria editorial, con la pérdida del mercado internacional. Es de destacar que el libro español mostró una rápida recomposición gracias a políticas oficiales. Rama, A. “El boom en perspectiva”, en *Signos Literarios*. México: UAM, núm. 1, ene.-jun. 2005, p.161-208. Aguado, A. “1956-1975. La consolidación del mercado interno”, en De Diego, J.L. (dir.). *Editores y políticas editoriales en Argentina 1880-2000*. Buenos Aires: FCE, 2006, p.128-131. Catelli, N. “La élite itinerante del boom; seducciones transnacionales de los escritores latinoamericanos (1960-1973)”, en Altamirano, C. (dir.), *Entre cultura y política: historia de los intelectuales en América Latina*. Buenos Aires: Katz, 2009.

<sup>4</sup>Argentina contaba con la población universitaria más numerosa de la región. En 1947 había alrededor de 50.000 alumnos, ascendió a 82.500 en 1950 y en 1955 eran más de 140.000 (unos 8 estudiantes cada mil habitantes). Buchbinder, P. *Historia de las universidades argentinas*. Buenos Aires: Sudamericana, 2005. Suasnábar, C. *Universidad e intelectuales: educación y política en la Argentina (1955-1976)*. Buenos Aires: FLACSO/Manantial, 2004, p.125.

<sup>5</sup>Si bien se enfrentaba con el modelo universitario del peronismo, al mismo tiempo procuraba ahondar el conocimiento de la realidad histórico-social nacional y la capacidad de satisfacer el consumo cultural que eran a su vez herencia del mismo movimiento peronista. Esta voluntad refundadora estaría atravesada por crisis de legitimidad política. Suasnábar, C. *Op. cit.*

<sup>6</sup>Luego de que se dictó el decreto ley 6403, se aprobó en 1958 un nuevo estatuto para la Universidad. Se estableció un gobierno tripartito (con representación de profesores, graduados y alumnos en los Consejos Directivos). Se crearon nuevas carreras (Antropología, Ciencias de la Educación, Economía, Psicología, Sociología) y también se abrieron especialidades. Se planteó la mejora del nivel de enseñanza superior mediante la reformulación de los planes de estudio, la actualización de los programas, la incorporación de materias optativas, la modificación de las metodologías (seminarios, talleres, trabajos prácticos). Se promovió la reorganización del claustro docente con la periodicidad de los cargos y la sustanciación de concursos públicos, el establecimiento de cátedras paralelas y la conformación de Departamentos, los cuales reunieron asignaturas afines. Se impulsó asimismo el desarrollo de la investigación científica (básica y aplicada) a través de la creación de Institutos, del equipamiento de bibliotecas y laboratorios, la ampliación de la dedicación docente, el otorgamiento de becas a graduados y estudiantes, entre otros factores. Rotunno, C. y Díaz de Guijarro, E. (comps.). *La construcción de lo posible. La Universidad de Buenos Aires de 1955 a 1966*. Buenos Aires: Libros del Zorzal, 2003. Suasnábar, C. *Op.cit.*

<sup>7</sup>Romero, J. L. “Presentación y programa”. Jornadas de Extensión Universitaria, Imprenta de la UBA, 1958, p. 37-42.

<sup>8</sup>Discurso del Rector Doctor Risieri Frondizi al inaugurar los cursos”, en *Revista de la Universidad de Buenos Aires*. Buenos Aires: UBA, año IV, núm. 1, ene.-mar.1959, p.107.

<sup>9</sup>Frondizi, R. “La Universidad y sus misiones” *Comentario*, Nº 13, oct.-nov. 1956, en Sarlo, Beatriz. *La batalla de las ideas (1943-1973)*. Buenos Aires: Emecé, 2007, p. 228-236.

El primer directorio de EUDEBA,<sup>10</sup> presidido por el Ingeniero José Bambini y conformado por profesores de diversas facultades,<sup>11</sup> encargó el diseño del sello al reconocido editor Arnaldo Orfila Reynal, quien fue contratado por el lapso de tres meses.<sup>12</sup> Como asesor del proyecto, éste fijó los lineamientos generales para la organización de las estructuras técnico-administrativas e incluyó los planes de producción.<sup>13</sup> Según Gustavo Sorá, el contrato establecido demuestra la influencia que habían adquirido en nuestro medio los libros del sello Fondo de Cultura Económica y la interdependencia mexicano-argentina.<sup>14</sup>

En junio de 1958, el mencionado directorio académico, aconsejado por el mismo Orfila Reynal,<sup>15</sup> designó como primer gerente general y director de publicaciones a José Boris Spivacow.<sup>16</sup> Si bien durante su gestión, que duró ocho años (1958-1966), Spivacow implementó un programa editorial que tuvo un carácter colectivo,<sup>17</sup> le impuso al mismo su impronta personal. Para Sorá, la figura del editor de EUDEBA gozó de un “capital específico” y de un prestigio acumulado, fruto de su trayectoria profesional, de su disposición ético-política y de su capacidad de innovación en tanto “experto” (categoría que el autor considera cercana a la de intelectual).

Siguiendo los planteos teóricos de Pierre Bourdieu,<sup>18</sup> se puede repensar el papel de los editores quienes, al escoger determinados textos y asegurar su publicación, validan o consagran y desechan a algunos autores u obras, posibilitan el acceso a ciertas lecturas a la vez que deniegan otras. Bourdieu concibe la toma de posición del “editor heroico” como un “personaje doble”, que tiene que mediar entre la producción literaria o artística y el afán de beneficio económico, que debe conciliar su disposición intelectual con la aptitud técnico-comercial.<sup>19</sup> La posición de Spivacow fue clara al respecto; cuando se le preguntó sobre la diferencia entre un buen director de colección y un buen editor, afirmó: “*Vos podés sacar una colección preciosa pero no tomar en cuenta cómo se vende esa colección, cómo hacerla llegar al público, qué presencia física darle, que elementos juegan en la edición. Una cosa es saber mucha literatura y otra saber el trabajo editorial*”.<sup>20</sup>

<sup>10</sup>Según el estatuto se nombrarían siete directores, cuyos mandatos durarían cuatro años, si bien podían ser reelectos. Las resoluciones debían tomarse por dos tercios de los votos.

<sup>11</sup>Lo acompañaban como Vicepresidente: Guillermo Ahumada, Secretario: Humberto Ciancaglini, Vocales: Alfredo Lanari; Telma Reca de Acosta, José Luis Romero; Ignacio Winizky y Síndico: Enrique Silberstein.

<sup>12</sup>Orfila Reynal reunía la doble condición de estar ligado a la universidad y de pertenecer al mundo editorial. Poseía una amplia experiencia como director de *Fondo de Cultura Económica* de México (1948-1965) y luego como fundador de *Siglo XXI* (1966). De Sagastizabal, L. “Arnaldo Orfila, creador de instituciones editoriales”, en *La Gaceta del FCE*, N° 412, 2005, p. 2-4.

<sup>13</sup>Sugirió, por ejemplo, la publicación de textos de investigación académica en pequeñas cantidades y grandes tiradas para los libros de divulgación científica y para las colecciones argentina y americana (de 5000, 10.000 y hasta 15.000 ejemplares). De Sagastizabal, L. *La edición de libros en la Argentina. Una empresa de cultura*. Buenos Aires: Eudeba, 1995, p.141-142.

<sup>14</sup>Sora, G. “Editores y editoriales de ciencias sociales: un capital específico”, en Neiburg, F. y Plotkin, M. (comps.). *Intelectuales y expertos. La constitución del conocimiento social en la Argentina*. Buenos Aires: Paidós, 2004, p. 278.

<sup>15</sup>Orfila describió a Spivacow “*es un hombre con experiencia, es joven, es interesante, es matemático, pero tiene un inconveniente, es loco*”. Testimonio de Amanda Toubes cit. en Maunás, D. *Op. cit.* p.44.

<sup>16</sup>El Directorio, en el Acta N° 1 (1958), sostiene que la persona que ocupe el cargo de gerente “*debe cumplir la doble condición de tener amplia experiencia editorial y concepción universitaria de los fines culturales de la editorial*”. Spivacow reunía ambos requerimientos: era docente de análisis matemático en la UBA (1957-1966). Ingresó en la editorial Abril como corrector (1941), redactor y creador de colecciones infantiles (1945); luego se desempeñó como director general de publicaciones y subgerente (1948). Continuó como asesor de Abril aún cuando trabajaba en EUDEBA. Su contrato dice que “*El señor José Boris Spivacow dedicará toda su actividad a la Editorial Universitaria de Buenos Aires con la única excepción de los cargos docentes y la asesoría que actualmente presta en la Editorial Abril sobre publicaciones infantiles*”. A partir de 1966 tendría una labor significativa en *Centro Editor de América Latina* (CEAL). Gociol, J. *Boris Spivacow. El señor editor de América Latina*. Buenos Aires: Capital Intelectual, 2010, p.108.

<sup>17</sup>Se formó un equipo de trabajo con los encargados de las colecciones, los asesores, los traductores, los correctores de estilo y revisores técnicos, los diseñadores y dibujantes, etc. Hasta 1966 EUDEBA llegó a tener 200 empleados y unos 300 colaboradores.

<sup>18</sup>Bourdieu, P. “Una revolución conservadora en la edición”. *Intelectuales, política y poder*. Buenos Aires: Eudeba, 2006, p. 223-264

<sup>19</sup>*Id.* p.242-243. Bourdieu reconoció cómo, en las últimas décadas, la tendencia a la mercantilización de la producción cultural crecía; declinaban los “editores heroicos” y avanzaban “los publishers” de los grupos empresariales (“que no saben leer”, “saben contar”).

<sup>20</sup>Maunás, D. *Op. cit.* p. 113. El editor es el que valora, en términos cuantitativos y cualitativos, las posibilidades del mercado.

Cabe señalar que, para Bourdieu, los diferentes “campos” (artístico, literario, intelectual, etc.) se configuran como espacios sociales más o menos institucionalizados que, si bien se encuentran articulados entre sí, ostentan una lógica propia y una autonomía relativa.<sup>21</sup> La estructura del “campo editorial”<sup>22</sup> posee reglas específicas para la selección, la evaluación, la legitimación y la difusión de las obras de ciertos autores (en nuestro caso producciones literarias de escritores nacionales, ilustradas por determinados artistas plásticos argentinos). De acuerdo con Roger Chartier es necesario analizar la materialización de los textos en objetos impresos que poseen determinadas organizaciones y “dispositivos formales”,<sup>23</sup> producidos tanto por la decisión del editor o del ‘jefe de arte’<sup>24</sup> como por el trabajo de las imprentas y de otros establecimientos gráficos.<sup>25</sup> Según Chartier, estos procedimientos de la “puesta en libro”,<sup>26</sup> los cuales varían según los proyectos editoriales y confieren formas materiales específicas a los discursos (incluidas las imágenes), desbordan la intención de los autores y modifican la apropiación de los mismos por parte de los lectores.<sup>27</sup> Además de lo antedicho, para analizar el sector editorial (entendido como rama de la “industria cultural”),<sup>28</sup> es necesario considerar que los libros operan en el mercado como “bienes simbólicos” y como mercancías.<sup>29</sup> En el caso de EUDEBA, durante este período se conciliaron los aspectos comerciales que se traducían en términos de ejemplares vendidos y los factores académicos que otorgaban al sello reconocimiento social. Para Spivacow, la editorial universitaria “supo crear en torno de sí un verdadero mito: ‘bueno, bonito y barato (...) Eran libros que llenaban un vacío cultural, a muy buen precio, muy bien presentados...y detrás de EUDEBA estaba la Universidad de Buenos Aires’”.<sup>30</sup> De esta manera, se realizaba una transferencia de “capital simbólico”, por un lado, a través de mecanismos institucionales, en particular del papel de los profesores que integraban el directorio, el gerente Spivacow y sus allegados, los directores o encargados de colección especializados, los traductores, los correctores, entre otros agentes que contribuyeron en la decisión de publicar. Por otro lado, obtuvo prestigio o renombre mediante su catálogo, que revestía un carácter acumulativo e incluyente, pero no por ello exento de conflictos (las tensiones eran perceptibles al interior de las colecciones o al confrontarlas entre sí).<sup>31</sup> Se puede afirmar, tras el análisis del mencionado catálogo que éste correspondía a un proyecto de carácter

---

<sup>21</sup>Esta autonomía puede considerarse en cierta medida como ‘ilusoria’. Por ejemplo en el caso de la edición “El conjunto de los textos ofrecidos a la “elección” de los “responsables” editoriales es ya él mismo el producto de una selección reglada por la lógica diacrítica del campo”. Bourdieu, P. *Op. cit.* p.225.

<sup>22</sup>Según nuestro entender, la teoría que articula el “campo editorial” es aplicable fundamentalmente a la edición literaria. El caso del libro científico escapa a muchos de los supuestos planteados ya que los sistemas de validación discurren por otros circuitos paralelos.

<sup>23</sup>Por ejemplo el formato, la marginación, el encolumnado, la tipografía (familia, cuerpo) y el interlineado, la composición o la puesta en página, la encuadernación, la ilustración (externa e interna), etc. Estos dispositivos junto con otros elementos paratextuales no sólo conllevan una función expresiva sino que guían y constriñen la construcción de sentido por parte de los lectores. Por otro lado, esta significación no remite sólo a sus expectativas, sino también a las experiencias de lectura que cada forma particular del texto produce. Cf. Chartier, R. et al. *Cultura escrita, literatura e historia. Coacciones transgredidas y libertades restringidas*. México: FCE, 2000

<sup>24</sup>El Departamento Artístico, cuyas funciones eran la diagramación, la selección tipográfica y el armado, estaba a cargo del plástico-diseñador Oscar Díaz. El Departamento Técnico se encargaba de la selección del material y la supervisión general de la edición.

<sup>25</sup>EUDEBA no tenía talleres propios; trabajaba con unas 30 imprentas, 7 talleres de encuadernación, 12 establecimientos de fotograbado y 6 de linotipias. Es de destacar que los proveía del papel, adquirido en fábricas nacionales o extranjeras. Por otra parte, cuando la tirada superaba los 10.000 ejemplares proporcionaba asimismo el plomo para la fundición de los tipos.

<sup>26</sup>Este concepto remite a un saber más técnico, al de la historia del libro, de la tipografía, de la bibliografía material.

<sup>27</sup>Chartier, R. *Escuchar a los muertos con los ojos. Lección inaugural en el College de France*. Buenos Aires: Katz, 2008.

<sup>28</sup>Para la discusión conceptual de la noción, véase Puente, S. *Industrias Culturales*. Buenos Aires: Prometeo, 2007.

<sup>29</sup>Aún editoriales que valoran el tiraje, esconden su interés por acumular utilidades económicas dando importancia a valores simbólicos.

<sup>30</sup>Maunás, Delia. *Op. cit.* p.45

<sup>31</sup>El análisis de la distribución de los autores y de los títulos en el catálogo revela las disputas, las relaciones de fuerza y las jerarquías que atravesaban al mercado editorial pero también el ámbito universitario en los años '60.

cientificista, iluminista o humanista además de pluralista (no se observa en las distintas colecciones una línea intelectual o ideológicamente homogénea).<sup>32</sup>

Otro aspecto a destacar es que, desde sus orígenes, EUDEBA fue constituida como una sociedad de economía mixta, con un 99% de capital proporcionado por la universidad pública y un 1% de capital privado de accionistas particulares, donde estaban incluidos algunos profesores.<sup>33</sup> Si bien, como sostiene Leandro De Sagastizabal, esta “empresa de cultura” fue vulnerable frente a los cambios políticos,<sup>34</sup> su régimen societario -de carácter flexible y dinámico- preservó a la editorial universitaria del estancamiento burocrático inherente a la esfera estatal y le otorgó independencia en el plano de lo comercial. Por un lado, a pesar de que recibía aportes de la UBA, no tenía una partida fija asignada en el presupuesto y sus empleados dependían directamente de la firma. Por otra parte, el sello planteó un ritmo de producción vertiginoso e intenso, semejante al de las editoriales masivas contemporáneas y se erigió como una de las instituciones emblemáticas en América Latina.<sup>35</sup> En el Acta N° 69 (1963) se afirma que “EUDEBA es la editorial de lengua española que ha publicado más libros científicos. Las lagunas que presenta la producción bibliográfica en nuestro idioma son impresionantes, especialmente en el campo científico y en el técnico. Uno de los objetivos fundamentales de EUDEBA es publicar obras a un ritmo acelerado para llenar en parte tales lagunas y facilitar así la labor del profesor y del estudiante”.

Hasta ese momento, las editoriales universitarias se caracterizaban por publicar libros de temáticas acotadas, dirigidos a un reducido número de eruditos e investigadores y, por ende, en tiradas muy limitadas. Por otro lado, no se interesaban por la impresión de textos de cátedra o manuales requeridos en la enseñanza superior. En contrapartida, EUDEBA impulsó la labor bibliográfica de los docentes e investigadores. Boris Spivacow afirmó “La editorial no se concentró en una disciplina para adquirir experiencia, adquirir nombre y ganar bien. Trabajó para todas las carreras, no sólo las que tenían muchos alumnos”.<sup>36</sup> Además procuró que los textos “universitarios” no sólo estuvieran destinados a especialistas. Es de destacar que en esta época tampoco se realizaban traducciones de tratados ni se ocupaban de la divulgación científica, dirigida al público en general.<sup>37</sup> En contraposición, las publicaciones de EUDEBA cubrieron esas necesidades y provocaron un impacto atípico en el mercado de autores y de lectores, con sus series sobre diferentes temas.

## La circulación y la promoción de las ediciones universitarias: los “Libros para todos”

*“Lo que externamente se presenta como una modalidad de distribución y venta es, en el fondo una actitud social y cultural*

<sup>32</sup>En las series de EUDEBA las teorías renovadoras coexistían con las visiones más tradicionalistas. Había títulos que incluso contradecían las concepciones científicas o las posturas filosóficas del directorio. Esto pudo deberse, según Judith Gociol, a dos situaciones: al hecho de que eran traducciones cuyos derechos se habían adquirido en bloque o que se trataba de materiales requeridos por las cátedras de diversas ideologías. Gociol, J. (coord.). *Libros para todos. Colecciones de Eudeba bajo la gestión de Boris Spivacow (1958-1966)*. Buenos Aires: Biblioteca Nacional, 2012, p. 18.

<sup>33</sup>A pesar de que cuando aumentaban las utilidades los aportes de capital de la UBA descendían, varias resoluciones del Consejo Superior y Actas del Directorio dan cuenta de la solicitud de nuevos fondos “para seguir produciendo con el ritmo necesario, y para dar satisfacción a los insistentes pedidos provenientes del sector universitario y del público lector en general”, Acta N° 91 (1965). Boris Spivacow en una entrevista afirmó: “La Universidad en ningún momento le prestó plata a EUDEBA (...) EUDEBA vivía de su capital (...) Pero tuvo enormes problemas financieros derivados justamente de la forma de trabajo, (...) Cuando aumentaban las cosas, para terminar esos libros había que poner más plata y la Universidad no le daba. Por otra parte, EUDEBA vendía muy barato (...) de manera que no ganaba lo suficiente como para poder sacar dinero e invertir de ahí (...)”. Maunás, D. *Op. cit.* p. 114-115.

<sup>34</sup>Cf. De Sagastizabal, L. “EUDEBA”. *Op. cit.*, p. 132-169. Igualmente es de destacar que los intereses y las disputas de la direccionalidad política eran absorbidos por los problemas académicos e intelectuales.

<sup>35</sup>Diversas universidades latinoamericanas adoptaron los libros de EUDEBA como textos de estudio. Según Boris Spivacow “Cada vez exportábamos más libros (...) EUDEBA era la gran editorial universitaria de todos los países de lengua española, y en Brasil también se vendía mucho”. Maunás, D. *Op. cit.* p. 55.

<sup>36</sup>Maunás, D. *Id.* p.54.

<sup>37</sup>Aguado, A. *Op. cit.*, p. 147-151.

(...) *Crear la necesidad del libro en el pueblo, (...) convertir al libro en un artículo de primera necesidad*". Actas EUDEBA, 1963.

"Al poner el libro en la calle se rompió lo que para muchas personas era un tabú: entrar a una librería". Anibal Ford, 2003.

Bajo el elocuente lema "*Libros para todos*", EUDEBA planteó no sólo una política editorial innovadora dentro de la estructura universitaria nacional, sino que además propuso un 'proyecto cultural' democratizador.<sup>38</sup> Los materiales seleccionados por el editor y su equipo de trabajo (ya fueran novedades, reediciones o traducciones) se caracterizaron por la apertura temática referida en el análisis del versátil y expandido catálogo.<sup>39</sup> De este modo, manuales universitarios, tratados fundamentales de distintos campos disciplinarios, obras de consulta para estudiantes, junto a diversas colecciones literarias y materiales de divulgación científica-cultural, constituyeron un amplio repertorio bibliográfico, que sustentó la consecución del mencionado proyecto cultural. En la Memoria de 1965 se explicita "*Los editores han buscado los best sellers (...), en su gran mayoría obras literarias, de rápida preparación y rápida y abultada venta; por otra parte han preferido volcar sus esfuerzos más serios y prolongados, tanto desde el punto de vista técnico como desde el punto de vista financiero principalmente a diccionarios y enciclopedias. Obras de texto, de consulta y de actualización –en nivel universitario (...)-, casi no se publican, y ello da a la producción de EUDEBA un carácter realmente excepcional*".<sup>40</sup>

La diversificación en los contenidos de los textos permitió destinar la producción a diversos segmentos del mercado. Los libros de EUDEBA se destinaban no sólo al ámbito académico, circunscripto a estudiantes y profesores universitarios, sino que también se difundían entre sectores amplios de la población. Estas ediciones se tornaban sumamente accesibles, debido a la cantidad de ejemplares vendidos a muy bajo precio (se intentaba abaratar costos de los libros aprovechando todo el pliego del papel). Boris Spivacow en un reportaje argumentaba "*Nosotros hacemos tiradas importantes y nos fijamos una utilidad muy razonable por libro, buscando ganar en la cantidad. Partimos de la base de que las obras que editamos tienen un gran público potencial, y que si ese libro que sabemos bueno se lo hacemos conocer al lector mediante una adecuada promoción y distribución, sin esperar a que él lo descubra por sí solo, tendremos muchos compradores. El "secreto" está en admitir que el mercado es mucho más amplio de lo que se piensa*".<sup>41</sup>

En función de lo antedicho, resulta evidente que la política de accesibilidad de los libros se planteaba no sólo a través del aumento de los tirajes<sup>42</sup> y de la reducción de los costos de producción y venta, sino también por el sistema de distribución de los impresos. Al respecto EUDEBA introdujo una novedad significativa: al circuito habitual de las librerías, los concesionarios, los comisionistas, las ventas por catálogo y a crédito o a las ferias de libros se sumaron las sucursales de la editorial, los stands localizados en las diversas facultades de la UBA y en otras universidades nacionales, y fundamentalmente los 'kioscos' naranjas o verdes de la editorial situados en las

<sup>38</sup> Este esquema de *libros para todos los ciudadanos* tenía como antecedentes diversos emprendimientos editoriales: la *Biblioteca La Nación* (1901-1920); *La Cultura Argentina* (1915-1925), *La Biblioteca Argentina* (1915) y, en particular, los libros de Editorial *Claridad* (1922-1941) y de otros editores socialistas o anarquistas de la década del '20. También pueden sumarse las iniciativas de la Editorial Abri de los años '40. Cf. Bagú Bejarano, S. "De 'Claridad' a Eudeba". *Todo es Historia*, N° 172, sept. 1981. De Diego, J. L. *Op. cit.* Romero, L. A. "Una empresa cultural, los libros baratos", en Gutierrez, L. H y Romero, L. A. *Sectores populares, cultura y política. Buenos Aires en la entreguerra*. Buenos Aires: Siglo XXI, 2007, p. 47-69.

<sup>39</sup> Véase el valioso trabajo de recopilación de todos los títulos del catálogo de EUDEBA realizado por un equipo coordinado por Judith Gociol y publicado por la Biblioteca Nacional. *Op. cit.*

<sup>40</sup> De Sagastizabal, Leandro. *Op. cit.*, p.139-140.

<sup>41</sup> "Reportaje a Boris Spivacow", en *Bibliograma*. Buenos Aires, Instituto Amigos del Libro Argentino N° 37, marzo-junio 1967.

<sup>42</sup> Cabe destacar la envergadura de la producción de EUDEBA, con tiradas que superaban los 100.000 e incluso los 140.000 ejemplares. Ford, A. "EUDEBA, una revolución editorial", en Rotunno, C. y Diaz de Guijarro, E. (comps.) *Op. cit.* p. 239.

calles céntricas de las principales ciudades del país.<sup>43</sup> En sus inicios, estos kioscos de EUDEBA contaban con apoyatura publicitaria e incluso era habitual que los autores firmaran sus obras allí. Al principio estos comercios callejeros eran atendidos por empleados del sello universitario pero luego se les otorgaron permisos a consignatarios, bajo supervisión. A los mencionados kioscos se incorporaron también los puestos de diarios y revistas (que incluían puntos de venta en las estaciones de subte y de ferrocarril, hasta en los hospitales).<sup>44</sup> De esta manera Spivacow pretendía hacer llegar la más variada oferta de lectura al mayor número de lectores posibles (se ofrecían desde volúmenes en rústica para sectores medios y populares hasta ediciones de lujo para bibliófilos).

Con la ruptura del esquema tradicional de distribución o de circulación de los libros en el mercado se planteó un conflicto de intereses con los libreros quienes “*veían mal que EUDEBA vendiera en puestos callejeros, en quioscos dentro de las facultades y mediante corredores propios*”.<sup>45</sup> La editorial de la Universidad recibía constantes quejas de que en estos lugares se realizaran descuentos a estudiantes y profesores.<sup>46</sup> A pesar de ello sostenía sus políticas editoriales y ampliaba los circuitos comerciales, no sólo a nivel nacional sino también internacional.<sup>47</sup> “*Exportar mucho significaba también tener un gran capital diseminado por muchos lugares de América, pero también significaba hacer tiradas mayores y poder vender los libros más baratos*”.<sup>48</sup> Según consta en la memoria del la editorial del año 1965 “*en el exterior contaba con una sucursal en Chile; distribuidoras y librerías que cubrían América Latina, España, Estados Unidos, Francia, Alemania, Japón e Israel*”.<sup>49</sup>

Como estrategias de promoción de sus publicaciones, EUDEBA estableció rankings de los títulos más vendidos y llevó a cabo formas de difusión peculiares como la publicación de avisos publicitarios en diarios, en revistas y en semanarios (*Primera Plana, Análisis y Panorama*), la realización de conferencias de prensa, la presentación de micros radiales y de entrevistas televisivas, la mención de lanzamientos en noticieros cinematográficos (*Sucesos Argentinos*) o la convocatoria a concursos. A estas intervenciones en los medios masivos de comunicación se sumaban la colocación de afiches callejeros en las principales ciudades y la exposición de las ilustraciones originales en significativos espacios de exhibición, como el Museo de Arte Moderno de Buenos Aires (MAMBA) instalado en su primera sede del Teatro San Martín. De esta manera, se articulaban los planes de difusión masiva de los libros con diversos mecanismos promocionales que resultaban novedosos para la época y tenían un amplio impacto social.

## La organización y el desarrollo de las colecciones de EUDEBA.

*temáticas demuestran la lectura de una imaginar los mejores para perdurar.”*

*cuento o una Spivacow, 1993.*

*“Sus propuestas editoriales, agrupadas en colecciones capacidad para percibir con mucha sutileza las necesidades de sociedad en un momento determinado y, al mismo tiempo, contenidos en colecciones diseñadas con criterios definidos Humberto Ciancaglini, 1994.*

*“Planeaba las colecciones como puede planear un escritor un obra. Me pasaba la vida planeando colecciones”. Boris*

<sup>43</sup>Acta N°32 (1960). A pesar de que Spivacow había vendido los títulos de la Editorial Abril en los kioscos de diarios, las ventas de libros se realizaban mayormente en las librerías.

<sup>44</sup>*En el país los ejemplares llegaban a 830 distribuidoras y librerías; 40 stands instalados en facultades de Capital y el interior del país, 41 kioscos en calles de Capital, Gran Buenos Aires y el Interior; 7 kioscos en hospitales; 65 concesionarios en todo el país; 40 vendedores a crédito; 35 comisionistas; 103 puestos de diarios y revistas y 2 librerías propias”. Memoria del año 1965, transcripta en De Sagastizabal, L. Op. cit., p.146-147.*

<sup>45</sup>*Primera Plana, 20/11/1962*

<sup>46</sup>Acta N°68 (1963)

<sup>47</sup>Según algunos autores el auge de la literatura argentina y latinoamericana en los '60, es en cierta medida deudora de la política editorial de EUDEBA, ya que con sus planes de difusión masiva, creó un público para esa literatura, fue el marco o “plataforma” para el consabido boom narrativo. Gociol, J. (coord.). Op. cit.

<sup>48</sup>Maunás, D. Op. Cit., p. 55.

<sup>49</sup>De Sagastizabal, L. Op. cit., p.147.

Los fondos bibliográficos de EUDEBA estaban agrupados en series versátiles, que no se basaban en las tradicionales divisiones disciplinarias.<sup>50</sup> El lanzamiento de una colección tenía como fin constituirse en una propuesta orgánica, ya sea porque se refería a un tema o aspecto del conocimiento, a un género literario o bien porque se destinaba a un determinado público. Entre la treintena de colecciones del catálogo es posible diferenciar a grandes rasgos tres tipos. En primer lugar, las que se orientaban hacia un saber especializado (pero no por ello restrictivo), asociado a cada una de las disciplinas científicas (este material estaba dirigido fundamentalmente a docentes e investigadores). En segundo lugar, las publicaciones que estaban destinadas fundamentalmente al estudiantado (ediciones de cátedra, guías prácticas, informes y monografías). En tercer lugar, las que se volcaban a un lectorado más amplio, ya fueran textos científicos de divulgación o textos literarios y artísticos. Igualmente, predominaba el intento de aunar los destinatarios de las publicaciones en un ideario común de “lector-ciudadano”. Sin embargo, fueron las colecciones populares las que contribuyeron al incremento del contacto del público con los libros, transformaron las prácticas de lectura de diversos sectores sociales y modificaron las representaciones sociales en torno a las ediciones universitarias. Por otra parte, todas las colecciones de EUDEBA eran concebidas con un enfoque de extensión cultural, por su producción masiva y venta a bajo costo (que no menoscababa su buena presentación) y su vasta comercialización a través de las mencionadas redes de distribución. La organización de las series facilitaba la tarea editorial: planificar la cantidad de ejemplares a publicar, anticipar las compras de papel, prever los costos de impresión.<sup>51</sup> Asimismo se generaba una continuidad en el mercado, a través de la promoción anticipada de los títulos.

El primer lanzamiento de 1959 fueron los *Cuadernos de EUDEBA*.<sup>52</sup> La colección se componía fundamentalmente de traducciones francesas,<sup>53</sup> y se emplearon como fuentes de consulta en diversas universidades latinoamericanas. Según las memorias de José Boris Spivacow, la serie fue concebida como una especie de enciclopedia introductoria y moderna “para estudiantes universitarios, para graduados, y para público en general de cierto nivel cultural”.<sup>54</sup> Con diferentes formatos y con un tono de divulgación, los 160 *Cuadernos* abordaron contenidos de interés científico en diversas áreas (sociales, naturales, exactas, artes). En el Acta N° 69 (1963) se sostiene que, frente a la especialización del conocimiento, a los autores se les dificulta “desarrollar en una obra todos los tópicos” y, por ende, resulta conveniente la edición de “fascículos o manuales breves cada uno de los cuales trata un tema o parte importante de la materia (...). El objetivo, según este documento, era sustituir a los “apuntes” y brindar un panorama general del conocimiento. Otras colecciones, como los *Temas* o los *Manuales*, se organizaron más bien de acuerdo con las diversas disciplinas académicas<sup>55</sup> y eran mayormente traducciones realizadas y revisadas por especialistas. Los 66 títulos incluidos en los *Temas de EUDEBA* fueron textos originalmente pensados para maestros y padres, pero se emplearon también como bibliografía de las carreras de reciente creación (Antropología, Sociología, Psicología,

---

<sup>50</sup> Los libros se publicaban como medios a través de los cuales los lectores podían establecer un contacto directo con los momentos fundamentales del saber humano y el desarrollo de la historia.

<sup>51</sup> De Sagastizabal, L. *Op. cit.*, p. 162. Fernández, O. “EUDEBA: El papel del Estado en la edición de libros en la Argentina (1958-1980)”, en Bueno, M. y Taroncher, M. A. (coords.) *Centro Editor de América Latina. Capítulos para una historia*. Buenos Aires: Siglo XXI, 2006, p.39-61.

<sup>52</sup> Estos cuadernillos de tapas blandas eran textos breves, de no más de 120 páginas, que a partir del N° 100 adoptaron el formato de libros de bolsillo.

<sup>53</sup> “Muchos de sus títulos fueron tomados de una colección que se llamaba *¿Qué sais-je? de Presses Universitaires de Francia*. A ellos les compramos los derechos de muchísimos libros”. Entrevista a José Boris Spivacow, en Maunás, D. *Op.cit.*, p.45. La tirada inicial fue de 7.500 ejemplares pero, debido a su éxito de ventas, la misma se elevó a 10.000 en las sucesivas ediciones o reimpressiones.

<sup>54</sup> Maunás, D. *Op.cit.*, p.45.

<sup>55</sup> Matemática, Física, Química, Astronomía, Geología, Ingeniería, Ciencias Naturales, Biología, Zoología, Medicina, Farmacología, Derecho, Educación, Filosofía, Psicología, Bibliotecología, Ciencias Sociales, Antropología, Geografía, Historia, Sociología, Literatura, Arquitectura y urbanismo, Artes visuales, Danza, Música, Teatro.



Ciencias de la Educación). Los 63 *Manuales de EUDEBA* se publicaron con el objetivo de ser utilizados en las clases universitarias, ya sea como material introductorio o de consulta (lo mismo que los 3 *Tratados de EUDEBA*). A este grupo de textos académicos se pueden sumar los 30 *Ensayos de EUDEBA* publicados y las traducciones de clásicos de filosofía como los 16 títulos de *Los fundamentales*.<sup>56</sup> Por su parte, *Lectores de EUDEBA* se concibió más bien como un “proyecto de divulgación científica, artística y técnica destinado a todo público culto, ofreciéndole en un reducido número de páginas, una información expuesta con seriedad pero sin tecnicismos inaccesibles”.<sup>57</sup> Es de destacar la diversidad de temas y enfoques de los 92 títulos.

Por su parte la *Biblioteca de América* estaba dividida en diferentes sub-colecciones como *Cuadernos de América*, *Libros del tiempo nuevo*, *Libros del tiempo viejo* o los ensayos crítico-biográficos de *Genio y figura*, donde los escritores argentinos “eran vistos a través de sus escritos”.<sup>58</sup> La biblioteca se componía de breves manuales introductorios para universitarios y público general, de diversos temas (economía, historia, sociología, etc.). Esta serie dialogaba con la *Serie del nuevo mundo* una colección popular de textos literarios e históricos y con la “precursora”, *Biblioteca de Asia y África* (con sus *Libros del baobab*) que estaba destinada al conocimiento del tercer mundo y referida a problemáticas actuales.<sup>59</sup>

Otra idea original fueron las *Ediciones Previas*, que consistían en materiales de las cátedras, textos de estudio sujetos a cambios o mejoras y a nuevos desarrollos en siguientes publicaciones definitivas.<sup>60</sup> Según Spivacow “eran como borradores de libros que se iban a afinar al ser utilizados por los alumnos y manejados por los profesores (...) Para acentuar esa condición del libro se presentaba la composición como escrito a máquina”.<sup>61</sup>

La amplia colección *La escuela en el tiempo* tuvo diversas sub-series<sup>62</sup> como los 32 títulos de *Ciencia Joven*,<sup>63</sup> los 28 *Cuadernos*, los 9 libros de *Temas* (orientados estos últimos a la formación artística en plástica, teatro, música) y los 3 *Manuales* (publicados en convenio con UNESCO).<sup>64</sup> Los diversos ensayos pedagógicos estuvieron enmarcados en la renovación didáctica, producto de la nueva carrera de Ciencias de la Educación. Es de destacar que los *Cuadernos de enseñanza* no estaban dirigidos a los docentes universitarios, sino que eran pensados para profesores y maestros de nivel inicial, primario, secundario.<sup>65</sup>

Pero la consagración de la política editorial universitaria se asoció con la popular *Serie del Siglo y Medio*,<sup>66</sup> cuya publicación se inició en 1960, en homenaje al Sesquicentenario de la Revolución de Mayo (abarcaba autores del período 1810-1960). Muchos de los textos literarios seleccionados se consideraban, hasta ese momento, como parte de la bibliografía de los especialistas. Sin embargo la serie se

---

<sup>56</sup>Se seleccionaron “obras que han sintetizado y organizado un campo del saber”. Esta colección estuvo a cargo de Rodolfo Mondolfo y fue llevada a cabo por Aníbal Ford y Beatriz Sarlo.

<sup>57</sup>Gociol, J. (coord.) *Libros para todos...Op. cit.* p.205.

<sup>58</sup>Los autores fueron seleccionados por Pepe Bianco. El modelo era *Les écrivains d'aujourd'hui*, de Editions du Seuil.

<sup>59</sup>Las colecciones Biblioteca de América y de Asia y África estaban dirigidas por Gregorio Selser,

<sup>60</sup>Las *Ediciones Previas* incentivaban la producción teórica de los docentes y generaban un espacio de discusión académica. Se publicaron 18 títulos en las áreas de Biología, bioquímica, física, ingeniería, lógica, matemática y sociología.

<sup>61</sup>Maunás, D. *Op.cit.*, p.53. También se publicaron las *Ediciones Críticas*.

<sup>62</sup>La colección estaba a cargo de Delia Etcheverry y las mencionadas sub colecciones se editaron entre 1960-62.

<sup>63</sup>Estos amenos libros de bolsillo estaban destinados a estudiantes secundarios avanzados o universitarios y presentaban la ciencia como una “aventura” (eran traducciones de *Science Study Series* del MIT, EEUU). Otra colección denominada *Ciencia activa* tenía un nivel de especificidad mayor y, si bien sus libros eran también de divulgación científica, estaba dirigida a técnicos y aficionados.

<sup>64</sup>Todas estas series eran manuales introductorios breves y resúmenes didácticos.

<sup>65</sup>Por tanto se concebía a la educación en forma integral. También estaban los *Libros del Caminante* que era una colección de divulgación para adolescentes. Fue proyectada asimismo una serie de Libros para niños, pero sólo se editó *La escuela de las hadas* de Conrado Nalé Roxlo, con dibujos de Leo Halebian. Algunos de los títulos infantiles fueron publicados luego por el Centro Editor de América Latina.

<sup>66</sup>En 1966 se preparó la análoga *Serie de los contemporáneos*, en conmemoración del Sesquicentenario de la Independencia argentina. Ambas colecciones estuvieron dirigidas por Horacio Achával.

promocionaba como “*Una extraordinaria colección al alcance de todos*”.<sup>67</sup> Según consta en el Acta N° 41 (1960) su objetivo era conformar un nuevo público-lector, “*aquel que lee pocos libros o ninguno- un conjunto de obras que reflejaran la labor de nuestros grandes escritores, los hechos fundamentales y las costumbres de nuestro pueblo. Muchas de estas obras estaban agotadas de hacía años, otras podían conseguirse pero en condiciones de alto precio (...) La Serie del Siglo y Medio significa un serio esfuerzo por crear poco a poco nuevas masas de lectores de modo que ella representa no sólo un beneficio para la cultura popular sino también para la actividad editorial y librera del país*”. De acuerdo con los testimonios del gerente general en 1960, “*Esa serie sacó veinte títulos, de 30 mil ejemplares cada uno, y a un precio tremendamente barato (...) Eran libros de escritores clásicos argentinos (...) Todos ellos prologados por un buen escritor o un buen conocedor (...) Sacamos 600 mil ejemplares que se agotaron en muy pocos meses*”.<sup>68</sup> La *Serie del siglo y medio* fue un éxito comercial debido a su accesibilidad (se decía que su costo equivalía a un kilo de pan). Se editaban en formato de bolsillo (10,5 x 18,5 cm.) en papel de diario. Para la venta masiva,<sup>69</sup> se agrupaban y ofrecían a la venta por 50 pesos<sup>70</sup> en paquetes de cuatro ejemplares, contenidos por una faja de papel madera o envueltos en papel celofán, con un nombre que los identificaba. Este era tomado de plantas, animales, costumbres u objetos, en su mayoría con el “sello de criollos”. Se denominaban, por ejemplo, *Mangrullo, Aljibe, Aguatero, Vizcacha, Candil*. Se dio a esta serie una presentación gráfica atrayente. Siguiendo con el relato del editor “*La tapa, en colores, era creada especialmente por un importante pintor argentino: Soldi, Castagnino, Urruchúa, Alonso, Berni (...)*” entre muchos otros. Para Susana Zanetti, estas portadas realizadas *ad hoc* indicaban la intención de unir la difusión de la literatura nacional al conocimiento de la plástica argentina contemporánea -pintores, grabadores, fotógrafos.<sup>71</sup> Se pedía la ilustración de las tapas tanto a artistas consagrados como a los más jóvenes.<sup>72</sup> Según Carlos Nine “*La mayor parte de las cubiertas de la Serie del Siglo y Medio eran reproducciones de obras de pintores de caballete o muralistas que no estaban pensadas para ilustrar textos. Con esa decisión estratégica se estaba sacando a la pintura del ámbito recoleto de la galería de arte (...) Este es un hecho fundacional. Proponer el pasaje de un soporte a otro es de una significativa importancia. Una obra concebida para pocos se veía ahora confrontada con la gente del barrio*”.<sup>73</sup> De esta manera, los libros de EUDEBA competían en los kioscos con las llamativas y coloridas revistas. Sin embargo, la gran innovación fue la inclusión dentro del proyecto editorial de una serie de obras de autores argentinos<sup>74</sup> ilustrados por grandes pintores y grabadores nacionales, que por primera vez circularon ampliamente fuera del circuito restringido de exhibición de las artes plásticas, adelantándose a desarrollos posteriores del libro ilustrado.

<sup>67</sup>En algunas contratapas se publicitaba como “*una colección popular concebida y ejecutada con la finalidad de llevar al gran público, en ediciones cuidadas, de agradable presentación y bajo precio, obras de autores argentinos que, en su conjunto, ofrezcan un panorama vasto y diverso de la producción literaria nacional en todos los géneros*”. La colección contó con un subsidio otorgado por la Comisión Nacional Ejecutiva del 150 Aniversario de la Revolución de Mayo. Cf. Resol. N°2670, sept.1961. Según el Acta N° 51 (1961), la *Serie del Siglo y Medio* fue distribuida como “*regalo de fin de año para centenares de cooperadoras escolares de todo el país*”.

<sup>68</sup>Boris Spivacow, en Maunás, D. *Op.cit.*, p.47. En el Acta N° 41 (1960) se plantean las siguientes cifras: “*Se publicaron 16 títulos con una tirada de 25 mil ejemplares por título para los encuadernados en rústica y de 5000 por título para los encuadernados en plástico. De los 400 mil ejemplares en rústica se han vendido en tres meses y medio y sólo en la Capital Federal, 200 mil ejemplares (...) Finalmente fueron 120 títulos más de 3 millones de ejemplares de textos de la literatura argentina (...)*”.

<sup>69</sup>En un principio sólo se podían adquirir en los kioscos de EUDEBA y luego también en las librerías.

<sup>70</sup>*Primera Plana*, 5/11/1968

<sup>71</sup>Dentro de la Serie se editaron también materiales de historia del arte como *23 pintores de la Argentina 1810-1900*, de Julio E. Payró.

<sup>72</sup>Zanetti, S. “Canon y mercado. La Serie del Siglo y Medio y Capítulo”. *Orbis Tertius: revista de teoría y crítica literaria*, año XI, N° 12, 2006. Véase su reflexión sobre los contenidos de la Biblioteca y su forma de concebir la “canonización”.

<sup>73</sup>Nine, C. “El arte de cruzar la frontera”. Catálogo Tinta sobre papel. Buenos Aires: Biblioteca Nacional, 2010. p.18-19

<sup>74</sup>José Hernández, Fray Mocho, Miguel Cané, el comandante Manuel Prado, Juan Carlos Dávalos, Leonidas Barletta, Mateo Booz, Arturo Cancela, Jorge Luis Borges, Roberto Arlt, Horacio Quiroga, Benito Lynch, Roberto J. Payró, Ricardo Güiraldes.

## Bajo el postulado “Arte para todos”: la edición de literatura y pintura argentinas.

*“Con el Martín Fierro y con Cuentistas y pintores después EUDEBA inició una línea de publicaciones destinadas a difundir la creación artística-fundamentalmente la plástica- entre vastos sectores y a través de ediciones de alta jerarquía”. Acta de EUDEBA N° 69, 1963.*

*“Se consideraba en general que los libros de arte eran para un público muy restringido. Nosotros creíamos que un libro de arte muy barato, y accesible en su dibujo, era atractivo para el gran público” Boris Spivacow 1993*

En un mercado en el que los libros de arte eran un símbolo de prestigio social y se comercializaban como bienes suntuarios, la Editorial Universitaria de Buenos Aires puso a disposición de los lectores ediciones artísticas de buena calidad de impresión y a precios módicos. Boris Spivacow era consciente de que este tipo de libros *“tienen costos muy grandes de preparación, que si se hacen ediciones de pocos ejemplares aumenta el precio de venta (...) Al hacer una tirada tan alta reducíamos enormemente el costo unitario de cada libro.”*<sup>75</sup> A principios de los '60, en la revista *Primera Plana* se discutía el problema de la difusión de la producción artística: *“el escritor lo hace mediante las ediciones económicas (sin ilustraciones o con grabados muy deficientes), los diarios y las revistas. La pintura argentina, en cambio, queda reservada a una minoría culta y de alto poder adquisitivo. ¿No se podría llevar la obra de arte a cada hogar?”*<sup>76</sup>

EUDEBA se planteó esa finalidad y la llevó a cabo mediante la colección *Arte para todos*, que tuvo como asesor a Lorenzo Varela.<sup>77</sup> La mitad de los 12 títulos que componían la biblioteca eran libros literarios (relatos biográficos, poesías, cuentos, refranes) con distinto tipo de ilustraciones (xilografías, dibujos a tinta, técnicas mixtas, etc.) que eran reproducidas mediante el sistema hueco offset. El resto eran carpetas de láminas con una selección de trabajos de los artistas plásticos Carlos Alonso, Héctor Basaldúa, Juan Batlle Planas, Antonio Berni, Juan Carlos Castagnino, Enrique Policastro, Raúl Russo, Luis Seoane, Raúl Soldi, Demetrio Urruchúa.<sup>78</sup> La publicación de estas carpetas por parte del sello universitario puso en relieve la faceta plástica de la edición y la finalidad de divulgación, escindiendo a las imágenes de su soporte literario inicial para expandirlas a la esfera del campo artístico. La independencia de la lámina resignificaba la imagen y reponía, desde la materialidad de la reproducción fotomecánica, cierto sentido de su cualidad de obra ‘autónoma’.<sup>79</sup> También se publicó el libro *Buenos Aires, mi ciudad*, con fragmentos literarios de diversa índole seleccionados por el Departamento Literario de la editorial, acompañados de vistas urbanas fotografiadas por Sameer Makarius (barrios, calles, avenidas, parques, paseos, edificios).<sup>80</sup>

Los libros de la colección llamaban la atención por su formato en gran folio (39x28cm).<sup>81</sup> Este formato novedoso, con su “puesta en página” a dos o tres

<sup>75</sup>Maunás, D. *Op.cit.* p. 49

<sup>76</sup>*Primera Plana*, 20/11/1962

<sup>77</sup>Carta 22/4/1963 Cit., en Dolinko, Silvia “Seoane y la gráfica. El proyecto intelectual de un artista múltiple”, en Bucellato, L. *Seoane*. Caseros: Universidad Nacional de Tres de Febrero, 2011, p. 110-120.

<sup>78</sup>Para muchos de estos artistas comprometidos ideológicamente con la izquierda, la práctica de la ilustración más que una mera alternativa laboral fue una búsqueda estética y política.

<sup>79</sup>Dolinko, S en Gociol, J. (coord.) *Op. cit.* p. 311-313. Cabe señalar que la tirada de estas carpetas no superaba los 6650 ejemplares y reunía tan solo una veintena de trabajos de los artistas.

<sup>80</sup>Según Isabel Plante “los encuadres de Makarius no tienden a estetizar la ciudad (...) Sus fotos parecen tomas instantáneas”. Cf. “Buenos Aires, mi ciudad”, en Gociol, J. (coord.) *Op. cit.* p. 308-310. Las fotos de Makarius fueron tomadas en 1953 y se publicaron en el libro de EUDEBA en noviembre de 1963. La tirada, según el colofón fue de 1000 ejemplares de lujo encuadernados en tela; 3000 ejemplares especiales en cartóné y 63.000 en rústica.

<sup>81</sup>La excepción aparecía en los *32 refranes criollos, 32 grabados en madera*, de Luis Seoane (1965), que se presentaba con un formato más reducido (28x20cm). Asimismo éste se diferenciaba en cuanto a la relación entre palabra e imagen, debido a la centralidad de la obra gráfica (el escrito de León Benarós sólo prologaba las xilografías realizadas por el artista). Los refranes estaban diagramados al costado de cada estampa. Los tópicos ‘populares’ o ‘folkloricos’

columnas, con márgenes relativamente amplios, tipografías como la “school book” cuerpo 14 u otras austeras, como las helvéticas, y fundamentalmente con una cantidad significativa de imágenes,<sup>82</sup> generaba, por un lado, modalidades particulares de apropiación de los objetos impresos por parte de los lectores, probablemente poco iniciados en las artes plásticas. Por otro lado, abría la percepción hacia nuevas formas de representación, ya que la diagramación de las obras y el diseño gráfico (desde las portadas hasta el logotipo creado por Oscar ‘Negro’ Díaz) resultaban poco convencionales para su época (las imágenes se situaban en el marco de una figuración ‘moderna’ asociada a una línea de ilustración literaria ya consagrada en el campo artístico local).<sup>83</sup> De esa manera, la presentación gráfica de los libros era una de las formas utilizadas para atraer la mirada del público. Predominaba la apelación no sólo al “lector-espectador” sino también al “lector-coleccionista” involucrado con la adquisición de toda la serie de libros. Además, con la aparición de cada uno de los títulos, se realizaba una exposición en el Museo de Arte Moderno de la capital, que era la ocasión de contemplar las pinturas, los grabados o los dibujos. Como explica Dolinko la clase media no sólo compraba libros de arte, sino que también en su ida al museo, cotejaba de primera mano las diferencias entre originales y reproducciones.<sup>84</sup> Además las obras estaban a la venta en el MAMBA.

*Arte para todos* traía otra novedad para el esquema del sello: una presentación diferencial de las portadas, una diversificación de la colección en distintas calidades de soportes y materiales, con la correspondiente variación de precio y número de ejemplares para cada una de las tiradas. En primer lugar imprimieron ediciones ‘originales’ para bibliófilos. Se tiraron en papel witel- ledger y Fabriano, de 100 a 210 ejemplares (según los casos) dispuestos en rama, colocados en estuches forrados, numerados a mano y firmados por los artistas (incluían algunas litografías originales dibujadas y/o coloreadas por ellos). En segundo lugar, se realizaron ediciones de lujo y especiales, todas en papel witel u offset de diferentes gramajes. De esta categoría se imprimían entre 1000 hasta 8000 ejemplares y se encuadernaban en tela o en cartón, con la sobrecubierta plastificada. En último lugar, se hicieron ediciones populares cuya tirada oscilaba entre 35.000 hasta 120.000 ejemplares,<sup>85</sup> en papel offset y encuadernados en rústica.

El primer número que inauguró la colección de pintura argentina en 1962 fue el *Martín Fierro* de José Hernández con dibujos de Juan Carlos Castagnino.<sup>86</sup> Según Boris Spivacow “*El Martín Fierro fue un acto de fe en el público argentino (...) El Martín Fierro fue el libro de arte que más se vendió en la República Argentina (...) Lo diagramó el Negro Díaz, él propuso a Castagnino (...) Sacar un libro de arte de 50 mil ejemplares a ese precio era una cosa descabellada... Se agotó en un mes (...) Con esa colección EUDEBA ganó mucha plata*”.<sup>87</sup> Es decir que el mencionado libro no sólo fue el mayor éxito de ventas en la historia de la editorial sino también resultó una

---

vernáculos, reinterpretados en un discurso visual moderno, con una figuración sencilla, conformaron uno de los ejes fundamentales de Seoane. Cf. Dolinko, S. en Gociol, J. (coord.) *Op. cit.*, p.307-308 y en Bucellato, L. *Op. cit.* p. 120.

<sup>82</sup>Son 28 ilustraciones de autores varios en *Cuentistas y pintores*; 45 de Carlos Alonso en la *Guerra al malón*; 44 de Héctor Basaldúa para los *Cuentos de Fray Mocho* y 36 de Raúl Soldi para *Juvenilia*.

<sup>83</sup>A mediados de los años '50, el arte abstracto dominaba el panorama artístico y signaba el imaginario visual de la década. Si bien la representación lineal y la geometrización estaban presentes en las creaciones despojadas del Negro Díaz, por influencia de la escuela de la Bauhaus, en cambio no primaba en el contenido de los libros.

<sup>84</sup>Dolinko, S. *Arte plural. El grabado entre la tradición y la experimentación, 1955-1973*. Buenos Aires: Edhasa, 2012, p. 259-260. Cabe agregar que la cercanía o la distancia que pueden observarse entre el original y la obra publicada son una constatación interesante de las posibilidades técnicas de la época.

<sup>85</sup>32 *refranes criollos* fue el libro cuya tirada fue menor (10.600 en total), pero *TODAS* las imágenes en este *libro-obra de arte* eran xilografías originales de Seoane a uno o dos colores. Esta edición otorgó a la obra del artista una visibilidad y accesibilidad inéditas. El uso de matrices homologaba la calidad gráfica, diferenciando a estas impresiones de la reproducción fotomecánica. Dolinko, S. *Op. cit.*

<sup>86</sup>A pesar de que en la página 6 figura la *Serie del Siglo y Medio*, el libro se correlaciona con el resto de la colección *Arte para todos*.

<sup>87</sup>Spivacow, en una carta del 8 de octubre de 1962, informó que había “*pedido papel para hacer una reimpresión de 70.000 ejemplares más. (...) Creo que mis cálculos de que se venderán 200.000 ejemplares en un año esta vez a lo mejor se cumplen*”. De acuerdo con el propio editor, se hizo una tercera reimpresión de 50.000 ejemplares. Maunás, D. *Op. cit.* p. 49-50. En un corto lapso agotó las mencionadas ediciones. Cabe señalar que esta versión del *Martín Fierro* tuvo varias reediciones luego de 1963.

fuelle de financiamiento para otras ediciones de salida más limitada o lenta (como el caso de algunas publicaciones académicas). En el Acta N° 69 (1963) se argumentaba acerca del plan editorial *“Es sabido que hasta ahora, las tiradas de los libros de arte publicados en nuestro idioma eran limitadísimas y que, por otra parte, sólo el público de las grandes ciudades tiene la posibilidad de apreciar la obra plástica en museos y exposiciones y que este público es muy reducido. Pero estas ediciones cumplen además una finalidad económica y financiera: a pesar de su reducido precio de venta, la altísima tirada y rápida comercialización han dado grandes utilidades y fuertes ingresos que permitieron a EUDEBA incrementar su programa fundamental de obras científicas”*.<sup>88</sup> De esta forma, *Arte para todos* se articulaba con el resto de las colecciones.

En una nota de *Primera Plana*, se refería al éxito del *Martín Fierro* como una *“moda literaria”* que coincidía *“con un aporte cultural positivo”*. Se sostenía que centenares de personas *“este fin de año, en lugar de tarjeta de felicitación, recibirán de sus relaciones un primoroso “Martín Fierro” en algunas de las ocho formas en que salió a la venta. Además, llevar descuidadamente un ejemplar bajo el brazo se ha convertido en contraseña de intelectuales”*. En el semanario se afirmaba que *“la idea original consistió en producir un tipo de libro de arte accesible al gran público, por su precio y la técnica de distribución. Querían darle la oportunidad a un pintor de este país”*. Spivacow declaraba en la entrevista transcrita en el mismo artículo *“La obra, desde el principio al fin, pertenece a EUDEBA (...) Porque, sin desmerecer el trabajo de Castagnino, hay que considerar también el diagramado, selección de formato, caracteres tipográficos, papel, etcétera, que fueron realizados por todo el equipo técnico de la casa”*.<sup>89</sup> Años más tarde, en el mismo semanario, el gerente sostendría *“El boom de EUDEBA comenzó con el Martín Fierro ilustrado por Castagnino: 250 mil ejemplares a cien pesos cada uno”*.<sup>90</sup>

Por otra parte, en el folleto promocional se anunciaba como *“un valioso obsequio representativo de nuestro arte”*. *“Se han unido la obra cumbre de nuestra literatura y un artista de altísima calidad que durante años ha tratado de captar las cosas, los usos y el alma del campo argentino”*. Amaro Villanueva afirmó en 1962: *“Aquí no hay caricatura ni grotesco. No hay imitación. Castagnino muestra la realidad con su protagonistas comunes (...) Martín Fierro anuda pasado y porvenir en la tradición popular de nuestra cultura”*.<sup>91</sup> Según Silvia Dolinko, la figuración directa y expresiva de Juan Carlos Castagnino con que el artista interpretaba las palabras de José Hernández resultaba de fácil decodificación visual y simbólica para el ‘gran público’. Esto constituía el mayor atractivo de la publicación, ya que la gente reconocía como característico al *“Martín Fierro de EUDEBA”*. Su construcción visual fue tan eficaz que fundieron al personaje con la imagen (ícono del sacrificio y la rebeldía del pueblo). Castagnino confirmaría: *“Su vigencia es, pues, una constante, está en nuestras cosas y nuestras tragedias (...) El Martín Fierro es símbolo de una injusticia que está vigente”*.<sup>92</sup> El trabajo del artista implicó un proceso arduo de estudio de los caracteres de los personajes y el sentido de las escenas, luego de sus viajes por diversos pagos.<sup>93</sup> Los resultados de sus búsquedas se plasmaron en más de 300 dibujos, donde osciló entre lo narrativo y lo gestual-expresivo. Frente a la mirada

---

<sup>88</sup>Para Spivacow con estas *“ediciones monstruo”* (como *Martín Fierro* o *Cuentistas y pintores*) se *“obtienen ganancias que después benefician a los planes científicos, técnicos y culturales.”* *Primera Plana*, 4/6/1963.

<sup>89</sup>*Primera Plana*, 20/11/1962.

<sup>90</sup>*Primera Plana*, 5/11/1968.

<sup>91</sup>Villanueva, A. *“El Martín Fierro de Castagnino”*. Carpeta de *Dibujos para el Martín Fierro*. Eudeba, 1962.

<sup>92</sup>Entrevista a Castagnino, Juan Carlos, *“Camet, un paisaje que inspira a Castagnino”*. *La Nación* 23/1/1969.

<sup>93</sup>Para obtener modelos recorrió la Provincia de Buenos Aires. En Camet, se encontró con don Ramón Huesas, un trenzador y resero quien, según las propias declaraciones de Castagnino de 1962, le otorgó el rostro visible al gaucho de Hernández. Igualmente la construcción de esta imagen y el *“mito”* de su origen se volvió tema de discusión. Probablemente el personaje se compuso a partir de diversas figuras. Iida, C., *“Juan Carlos Castagnino en contexto”*, en *Castagnino. Humanismo, poesía y representación*. Buenos Aires: Museo Nacional de Bellas Artes, 2008. Jesús Marcos relata que el artista hacía muchos dibujos espontáneos para el *Martín Fierro* (algunos tomados del natural, otros recreados); así elegía los mejores y rompía los otros. Dragosky, G. y Méndez Cherey, D. *“Castagnino”* en *Pintores Argentinos del Siglo XX*, N° 21. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina, 1980.

tradicionalista, criollista y conservadora de otros ilustradores que, con criterio documental o descriptivo, interpretaron la obra de Hernández como “encarnación del sentimiento nacional” (Carlos Clerice, Alberto Güiraldes, Tito Saudibet, Eleodoro Marengo, Alfredo Guido, Juan Lamela, entre otros), Castagnino construyó, desde una perspectiva “humanista”,<sup>94</sup> un relato visual “comprometido”(como antes lo hicieron Adolfo Bellocq o Carlos Alonso).

Para el libro *Cuentistas y pintores* de 1963 se tomaron diez cuentos argentinos y se convocó para ilustrarlos a otros tantos artistas plásticos contemporáneos (Alonso, Basaldúa, Battle Planas, Berni, Castagnino, Policastro, Russo, Seoane, Soldi y Urruchúa). Si bien pertenecían a distintas generaciones, ya contaban con una trayectoria profesional y un reconocimiento dentro del campo artístico (es de destacar que en la edición aparecían datos biográficos actualizados de cada pintor). A diferencia de los otros títulos, donde las imágenes comparten el espacio con los textos encolumnados, para *Cuentistas y pintores* cada artista realizó entre 2 y 4 obras que fueron editadas en forma separada, a plena página. Boris Spivacow narra “*De ese libro hicimos una tirada mayor (...). Yo creía, equivocándome, que por ser a todo color, con diez pintores muy importantes, iba a tener un éxito inicial mayor aún. Primero, los diez cuentos no eran Martín Fierro. En segundo lugar, ese impacto inicial de ver un libro de arte a un precio tan accesible se había perdido, ya la gente sabía que se podía hacer. Por otra parte, aunque los demás pintores también fueran muy buenos, no tenían...digamos, el atractivo popular que tenía un Castagnino, que uniera a la calidad su carácter tan accesible como artista*”.<sup>95</sup>

La elección de un “clásico” dentro del canon literario nacional como el caso del *Martín Fierro*, constituyó una decisión editorial previsible. Pero no lo fue la selección de un texto prácticamente desconocido u olvidado (e ideológicamente poco afín con el resto del catálogo) como *La guerra al malón* del comandante Manuel Prado (este ya había formado parte en 1960 de la *Serie del Siglo y Medio*, con una portada ilustrada por Antonio Berni). Según Spivacow “*Tratamos de estimular toda la literatura y no un cierto tipo de literatura argentina. La Guerra al Malón del Comandante Prado, no se reeditaba desde hacía treinta años*”.<sup>96</sup> En el libro publicado en 1965, Carlos Alonso ilustró el texto con 45 de sus obras. El artista planteaba “*Yo siento la necesidad de producir constantemente aperturas para que más gente tenga mayor acceso a la pintura*”. De acuerdo con el análisis de Diana Wechsler, estas imágenes entran en discordancia con la narración triunfal de la campaña contra el indígena y plantean una interpretación crítica. Frente a la descripción que el militar realiza de la situación de “frontera”, los dibujos de Alonso realizan una apertura simbólica y una reactualización del conflicto entre el poder organizado del ejército nacional y la resistencia de los grupos dominados.<sup>97</sup> A nivel visual, mediante la combinación de un dibujo ágil con pinceladas de color, el artista ensayó variantes figurativas que le permitieron sintetizar acciones, condensar hechos de significación para el relato. Las obras de Alonso como las de Castagnino analizadas cumplen una función de “contrapunto”: las imágenes pueden tanto contradecir como añadir elementos al plano de lo textual. En contrapartida, las ilustraciones de Héctor Basaldúa de los *Cuentos de Fray Mocho* publicados por EUDEBA en 1963, cumplen más bien un rol de referencia. Las representaciones plásticas (con un uso del color arbitrario y contrastado) acompañan las breves escenas costumbristas dialogadas, presentando diversos personajes -criollos e inmigrantes- que configuraron el “imaginario social” del arrabal porteño. En el diseño gráfico de este libro impreso se destacan las orlas que enmarcan cada uno de los títulos de los cuentos de José Sixto Álvarez.

Para el abordaje de la relación entre los textos y las imágenes, es significativo recabar información sobre la forma de trabajo de los artistas. Raúl Soldi, en un reportaje,

---

<sup>94</sup> Iida, C. *Op. cit.*

<sup>95</sup> Maunás, D. *Op. cit.*, p. 54

<sup>96</sup> *Primera Plana*, 5/11/1968. Los originales de Alonso se encuentran expuestos en el Municipio de General Villegas.

<sup>97</sup> Wechsler, D. “La guerra al malón” en Gociol, J. (coord.) *Op. cit.*, p. 310-311.

afirmaba: “Una de las cosas que más me gusta es ilustrar libros (...) aunque no sé si el procedimiento que sigo es el correcto. Trataré de explicarlo: tomo el texto y lo leo tres o cuatro veces seguidas, después lo abandono, no pienso más en él (...) Cuando han pasado varios días busco, dentro de mi memoria, no el tema ni el argumento, sino solamente una frase, un párrafo (...) que me ha producido una impresión honda; porque este párrafo, quizás no el más brillante, es, para mí, el más memorable (...) Así he ilustrado *Juvenilia*.”<sup>98</sup> Para la edición de 1964 de EUDEBA, se tomó el relato biográfico de Miguel Cané revisado y corregido por el autor en 1901. Soldi, a partir de una figuración estilizada, exploró las posibilidades expresivas de la técnica mixta, incorporando el collage (puntillas, reproducciones de pequeños retratos, carteles con diversas tipografías, etc.). La “puesta en libro” incorporó numerosas imágenes a página completa, cinco ilustraciones a doble página con una construcción espacial compleja,<sup>99</sup> además de las letras capitulares y de las pequeñas orlas coloreadas, que acentuaron el “sentido decorativo” que algunos autores atribuyen a sus representaciones plásticas.

### Breves reflexiones finales.

Reunidos bajo el postulado *Arte para todos*, los distintos volúmenes de la colección analizada plantearon un quiebre significativo con la noción tradicional y elitista de “libro de arte”, la cual estaba aún vigente en los años '60. Resulta notorio el impacto que tuvo en el campo local la publicación de materiales de artistas plásticos nacionales, destinados a amplios sectores sociales (si bien las clases medias fueron las principales beneficiarias de estas políticas editoriales y culturales). En este sentido, la producción y la circulación masivas de los libros ilustrados de EUDEBA, coadyuvaron a la ampliación del público-lector, que pasó a ser considerado no sólo como “lector-ciudadano”, sino también como “lector-espectador” y como “lector-coleccionista”, ya sea de las producciones artísticas ‘originales’ (las litografías ejecutadas y firmadas por los ilustradores) o mayormente de las reproducidas a gran escala. Por otra parte, la interdependencia creada entre las obras literarias del pasado y las imágenes contemporáneas impresas en los libros, inscribió la comprensión de estos bienes simbólicos entre las materialidades y los discursos, entre los modos visuales y textuales, entre las diferentes modalidades de producción de sentidos.

Como cierre del presente trabajo, se transcriben algunos fragmentos del documento de renuncia del equipo directivo de EUDEBA y de sus principales colaboradores, redactado tras el golpe de estado de 1966 y la intervención de la universidad estatal. Este texto puede ser considerado como “colofón” de una editorial que gestionó un auténtico programa cultural.

*“Durante ocho años un grupo de hombres y mujeres argentinos [trabajó] para que la cultura llegara a todas las capas sociales de la población. (...) Durante ocho años un libro costó menos que un kilo de pan (...) Durante ocho años miles de ojos vieron por primera vez pinturas y dibujos que los maravillaron. Durante ocho años el pueblo argentino se sintió orgulloso de sus escritores, de sus artistas, de sus pensadores, del prestigio de una empresa que con un capital pequeño en relación con su obra, sin subsidios (...) representaba como ninguna, en el exterior a su propia patria (...) Pudo surgir y pudo desarrollarse porque fue el producto de una Universidad nueva, de una Universidad sin cuello duro, abierta a todos los vientos y puesta al servicio de todo el país. Una Universidad que entregaba al pueblo que la sostenía una de las más antiguas y poderosas herramientas: el libro.”<sup>100</sup>*

<sup>98</sup>Vázquez, M. E. (coord.). *Soldi por Soldi*. Buenos Aires: Eudeba, 1970, p. 16.

<sup>99</sup> La edición de *La guerra al malón* y de los *Cuentos de Fray Mocho* también habían incorporado 4 imágenes a doble página.

<sup>100</sup> Fragmento del Documento de renuncia de EUDEBA transcrito en Maunás, D. *Op. cit.*, p. 62. Ese equipo “logró que Eudeba publicase un libro por día y once millones de libros en dos mil novecientos veinte días”

## Bibliografía utilizada

- Aguado, Amelia. "1956-1975. La consolidación del mercado interno", en De Diego, José Luis (dir.). *Editores y políticas editoriales en Argentina 1880-2000*. Buenos Aires: F.C.E., 2006, p.128-131.
- Bagú Bejarano, Sergio. "De 'Claridad' a Eudeba". *Todo es Historia*, N°172, sept.1981.
- Bourdieu, Pierre. "Una Revolución Conservadora en la Edición" en *Intelectuales, política y poder*. Buenos Aires: Eudeba, 2006, p.223-264.
- Bourdieu, Pierre. "El mercado de los bienes simbólicos" en *Las reglas del arte*. Barcelona: Anagrama, 2005, p. 213-149.
- Catelli, Nora. "La élite itinerante del boom: seducciones transnacionales de los escritores latinoamericanos (1960-1973)", en Altamirano, Carlos (dir.). *Entre cultura y política: historia de los intelectuales en América Latina*. Buenos Aires: Katz, 2010, p.712-732.
- Chartier, Roger et al. *Cultura escrita, literatura e historia*. México: FCE, 2000.
- De Sagastizábal, Leandro. "La lejanía del pasado reciente". *Todo es Historia*, N°280, oct. 1990, p.28-36.
- De Sagastizábal, Leandro. *La edición de libros en la Argentina. Una empresa de cultura*. Buenos Aires: Eudeba, 1995.
- Dolinko, Silvia. *Arte plural. El grabado entre la tradición y la experimentación, 1955-1973*. Buenos Aires: Edhasa, 2012, p.253-306.
- Fernández, Oscar. "EUDEBA: El papel del Estado en la edición de libros en la Argentina (1958-1980)", en Bueno, Mónica y Taroncher, Miguel A. (coords.) *Centro Editor de América Latina. Capítulos para una historia*. Buenos Aires: Siglo XXI, 2006, p.39-61.
- Ford, Aníbal. "EUDEBA Una revolución editorial", en Rotunno, Catalina y Diaz de Guijarro, Eduardo (comps.). *La construcción de lo posible. La Universidad de Buenos Aires de 1955 a 1966*. Buenos Aires: Libros del Zorzal, 2003, p. 235-250.
- Gociol, Judith (coord.). *Libros para todos. Colecciones de Eudeba bajo la gestión de Boris Spivacow (1958-1966)*. Buenos Aires: Biblioteca Nacional, 2012.
- Gociol, Judith. *Boris Spivacow. El señor editor de América Latina*. Buenos Aires: Capital Intelectual, 2010.
- Maunás, Delia. *Boris Spivacow. Memoria de un sueño argentino*. Buenos Aires: Colihue, 1995.
- Rama, Ángel. "El boom en perspectiva". *Signos Literarios*, N° 1, ene.-jun. 2005, p.161-208.
- Rivera, Jorge B. "Apogeo y crisis de la industria del libro 1955-1970", en *El escritor y la industria cultural*. Buenos Aires: Atuel, 1998, p.128-155.
- Romano, Eduardo. "El 'boom' del cuento argentino en la década de 1960", en *Las huellas de la imaginación*. Buenos Aires: Puntosur, 1991, p.19-64.
- Sorá, Gustavo. "Editores y editoriales de Ciencias Sociales: un capital específico", en: Neiburg, Federico y Plotkin, Mariano (comps.), *Intelectuales y expertos: la constitución del conocimiento social en Argentina*, Buenos Aires, Paidós, 2004, p. 265-292.
- Suasnábar, Claudio. *Universidad e intelectuales: educación y política en la Argentina (1955-1976)*. Buenos Aires: FLACSO/Manantial, 2004.
- Zanetti, Susana. "Canon y mercado. La Serie del Siglo y Medio y Capítulo". *Orbis Tertius*, N° 12, 2006.