



“TODO UN PLAN DE LECTURA”: SOBRE EL PROYECTO  
EDITORIAL DEL MAGAZINE *LEOPLÁN* (1934-1943)

LAURA NOEMÍ SESNICH  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA

Entre 1934 y 1965 la editorial española Sopena publicó en la Argentina la revista *Leoplán*, bajo el subtítulo “magazine popular argentino”. De aparición mensual en un principio, debido a su éxito, antes de su primer año de vida aparecerá con frecuencia quincenal. Desde sus inicios, la empresa de *Leoplán* es muy definida: publicar en cada número en forma completa “una gran novela consagrada en todos los idiomas civilizados”.<sup>1</sup> Dicho conjunto de novelas pretende garantizar los conocimientos literarios básicos para que sus lectores puedan considerarse hombres y mujeres “cultos”. El objetivo no es casual, puesto que la mayor parte de sus lectores proviene de sectores populares (Romero, 1990; Rocco-Cuzzi, 1996). La propuesta de una formación literaria básica es el eje de la publicación, tal como se desprende del mismo nombre de la revista: “Todo un plan de lectura. De ahí su nombre: LEOPLAN” (en Rocco-Cuzzi 1996: 10; mayúsculas en el original). Dado el formato de magazine, este “plan de lectura” aparece acompañado por secciones de temática muy variada: deportes, cine, arquitectura, cuestiones domésticas, moda, salud, curiosidades, humor, etc.

La propuesta de *Leoplán* se inscribe de forma más general en lo que Luis Alberto Romero definió como “empresa cultural”, es decir, una serie de empresas editoriales que durante las décadas de 1920 y 1930 se dedicaron a “la difusión de textos baratos, con obras de calidad, presentadas orgánicamente y dirigidas a un público lector sistemáticamente ampliado” (Romero 1990: 50). A principios del siglo XX, factores como el creciente proceso de urbanización y de alfabetización, así como la expansión del aparato escolar, propician en nuestro país el surgimiento de un nuevo público lector conformado por sectores medios y populares y con él, la diversificación de la oferta cultural.

---

<sup>1</sup> Del editorial de presentación de *Leoplán* (7 de noviembre de 1934), citado en Rocco-Cuzzi, 1996: 10.



Por una parte, entonces, este público lector amplio, aunque entrenado en las destrezas de la lectura, debido a su carácter emergente no se encuentra familiarizado con los circuitos tradicionales asociados a ella (bibliotecas, librerías, etc.). Por otra parte, en su condición de “clases medias en proceso de integración y dispuestas a asumir el estilo de vida de sectores ya consolidados” (Romero 1990: 49), este nuevo lectorado aspira a participar del consumo bibliográfico de estos sectores afianzados que señala Romero.

En este sentido, el formato misceláneo del magazine (que ofrecía literatura junto con secciones de actualidad y temáticas variadas) fue una propuesta acorde a las expectativas de formación literaria y a las posibilidades económicas de este nuevo y amplio lectorado. Tal como afirma Beatriz Sarlo en *El imperio de los sentimientos*:

El circuito del magazine puede prescindir del aparato intimidatorio de la librería tradicional. El nuevo lector podía, cobijado en la seguridad que da el anonimato o la familiaridad con el vendedor, adquirir su material de lectura semanal en el kiosco, junto con el diario. Y si la elección era equivocada, el precio a pagar era relativamente bajo. El sistema misceláneo del magazine, por su variedad retórica y temática, podía combinarse de manera múltiple con las necesidades de consumidores medios y populares. Su precio, por otra parte, era entre 10 y 15 veces inferior al del libro (considerados los precios de catálogo de una editorial tan masiva como Tor); en consecuencia, por el número de páginas y la variedad de oferta, significaba una opción tan atractiva que el magazine, de *Caras y Caretas* a *Leoplán*, diseñó uno de los perfiles literario-periodísticos de la primera mitad del siglo XX (2004: 36).

*Leoplán* no fue pionera en cuanto a su formato de magazine, ni tampoco en su propuesta de ofrecer una colección de obras literarias a modo de guía de lectura (recordemos las colecciones de Rojas e Ingenieros, o empresas editoriales de difusión masiva como la colección “Los pensadores” de editorial Claridad). Su particularidad consiste en haber cruzado dicho formato (que gracias a *Caras y Caretas* y *El Hogar* ya contaba con una tradición de lectores) con la literatura de los clásicos europeos y norteamericanos, en el marco de un “plan de lectura” como proyecto editorial. *Leoplán* propone a sus lectores conformar una biblioteca de literatura clásica universal al modo de las bibliotecas de clásicos literarios en formato de libro pero a un precio mucho menor (incluso menor que el de los libros baratos de editoriales como Tor, Maucci o la misma Sopena) y con el beneficio extra de adquirir con cada número, además de la “gran novela consagrada en todos los idiomas civilizados”, un sinfín de artículos de temáticas diversas. Esta propuesta está condensada en los avisos a través de los cuales la revista publicitaba la



novela del número siguiente. Por ejemplo, en el número 11 (1935), se anuncia la publicación de *Sultaneta*, de Alejandro Dumas. Al anuncio y breve descripción de los temas de la novela,<sup>2</sup> se agrega lo siguiente: “Con la adquisición del próximo número de *Leoplán*, agregará un nuevo título de mérito a la biblioteca que este magazine le ayuda a formar y, además, multiplica su valor e interés con el copioso sumario de cuentos, notas, variedades, atracciones gráficas, etc., ofrecidas en cada edición.”<sup>3</sup>

Esta idea de biblioteca que propone para sí la revista está sustentada también desde su formato: cada número de *Leoplán* lleva impreso en su lomo el nombre de la novela completa que ofrece en esa edición junto con el nombre de su autor, por lo que una serie de números de *Leoplán* apilados en un estante dan, efectivamente, la apariencia de una colección de novelas.

Estas novelas que publica el magazine comparten varios rasgos en común. En general, se trata de obras conocidas de autores en su mayoría europeos o norteamericanos. Predominan entre el repertorio los clásicos románticos, realistas y naturalistas del siglo XIX, las novelas de aventuras y el policial, género que ocupa un lugar de gran importancia en la revista.

Se trata de lecturas por medio de las cuales se intenta conciliar el prestigio dado por el renombre del autor (Dickens, Balzac, E. A. Poe, Dostoievski, Jack London, etc.) con el afán de entretenimiento, en consonancia con la propuesta editorial que desde el primer número describe a la publicación como “un compendio de cuanto interesa al lector moderno, el hombre y la mujer de hoy, que buscan derechamente en la lectura emoción y enseñanza” (en Romero, 1990: 53). Es por esto que a la descripción de los títulos a publicar, además de la consagración, suele hacerse referencia a lo entretenido de la trama, como es el caso de la novela *El pirata* de Walter Scott, que se describe como “una brillante novela de intensas y emocionantes aventuras, de animada trama y magnífica pintura de tipos y ambientes. Cada una de sus subyugantes páginas será motivo de deleite para el lector”.<sup>4</sup> *Quintin Durward*, otra novela de Walter Scott, es

---

2 “Obra de intriga, trágicos episodios del Turquestán misterioso, pasajes de amor y venganza y costumbres exóticas para la sensibilidad occidental. La mantenida emoción a través de su trama y lo ameno del relato, son sus principales atractivos”. *Leoplán*, n° 11, p. 18.

3 *Leoplán*, año II, n° 11, 12 de junio de 1935.

4 *Leoplán*, año V, n° 102, 7 de diciembre de 1938.



comentada en este mismo sentido, tomando además como referencia a una de las novelas de aventuras más conocidas de A. Dumas, que la misma *Leoplán* había publicado un año antes: “Se trata de las apasionantes aventuras de un audaz escocés, muy parecido al eterno D’Artagnan de *Los tres mosqueteros*, llenas de colorido, de pasión y de sorpresas. *Leoplán* quiere ofrecer tan célebre novela a sus lectores, prosiguiendo sin desmayos su plan de eficiente divulgación literaria.”<sup>5</sup>

Está claro que el principal criterio que justifica la publicación de tal o cual novela en este “plan de divulgación literaria” es “lo célebre”, “lo consagrado”, “lo prestigioso”, etc., puesto que para la publicación ser culto consiste en lograr la inserción en una tradición ya establecida (y que, por supuesto, no se cuestiona). Sin embargo, la publicación diseña sus propios criterios acerca de qué es “lo prestigioso”. En este sentido, los lectores de la revista se ubicarían en una posición socialmente marginal que intentarían trascender participando (vía lectura de la biblioteca aportada por *Leoplán*) de la cultura legítima, en el sentido que apunta Romero cuando señala “la convergencia de la ‘empresa cultural’ (...) con la voluntad de incorporación de los sectores populares en vías de ascenso e integración (o más exactamente, el sector más integrado y respetable de los sectores populares) a la sociedad y su patrimonio cultural, visto como consagrado” (1990: 64). Pero, sin embargo, no podemos dejar de estar atentos a otros modos de leer que pudieron estar funcionando entre los lectores de *Leoplán*: modos de apropiación de la cultura que no siempre responden de forma reproductiva a la cosmovisión de las clases dominantes y que poseen un grado de autonomía. Un buen ejemplo de esto lo constituyen las formas en que *Leoplán* garantiza el prestigio de las novelas que ofrece, que si bien aparecen legitimadas por la tradición literaria culta a través de menciones acerca de su celebridad, universalidad, etc., también son legitimadas a partir del conocimiento generalizado que otorga lo masivo. De esta manera la industria del cine, por ejemplo, funcionaría para el lectorado popular de *Leoplán* como aval de prestigio de las novelas, en el sentido que señala Rocco-Cuzzi: “El criterio de prestigio se toma prestado no de la ‘cultura alta’ sino de otra zona –

---

<sup>5</sup> *Leoplán*, año IV, n° 57, 17 de marzo de 1937.



contemporánea e industrial– de la cultura de masas”.<sup>6</sup> En este sentido, podemos citar como ejemplo la publicación en *Leoplán* de la novela *Madre Tierra* de Pearl S. Buck, cuya aparición se anuncia en la tapa del magazine acompañada de una imagen en gran tamaño de los protagonistas de la versión filmica, realizada por la Metro-Goldwyn-Mayer.<sup>7</sup>

Por otro lado, lo masivo como criterio válido de reconocimiento queda evidenciado en las contantes apelaciones a la fama de los textos o autores presentados como justificación de su inclusión, indiferentemente de las valoraciones sobre la calidad de los textos. La fama en sí misma, el reconocimiento masivo, justifica la inclusión de determinados textos en el “plan de lectura”. Así es que en muchos de los anuncios de las novelas del número presente o el número siguiente, lo “famoso” es el elemento a destacar. Por ejemplo, en el n° 102, de 1938: “En este número: *A sangre y fuego*, por Enrique Sienkiewicz (famoso autor de *Quo vadis?*)”. También, en el n° 104, de 1939, cuando se anuncia la publicación de *Los trabajadores del mar*, describiéndola como una “famosa novela de Víctor Hugo”. Incluso, en la sección “Cuentos”, uno de los criterios de clasificación de los textos es, justamente, “famoso”, a la par de otras evaluaciones derivadas del contenido de los cuentos, como “humorístico”, “trágico” o “de aventura”. Esta tipología cuentística resulta interesante porque además de criterios de inclusión de las lecturas, nos brinda información acerca del lectorado de la revista. La sección “Cuentos” de *Leoplán* agrupa textos de diversa índole y procedencia, precedidos por una aclaración acerca del tipo de cuento de que se trata. De esta manera, los cuentos son clasificados como camperos, policiales, románticos, o como dijimos anteriormente, simplemente “famosos”, en un intento por pautar la manera en que deben leerse. La necesidad de establecer el modo de lectura es un indicio más de que el lectorado de *Leoplán* estaba compuesto en buena parte por lectores inexpertos que al no estar aún familiarizados con la lectura literaria, necesitan de esa clasificación, a modo de guía de lectura de los textos literarios.

---

6 Rocco-Cuzzi cita como ejemplo de esto el caso de la “famosa novela” de Thelma Strobel, *Piratas del Caribe*, que se anticipa en *Leoplán* mediante fotos de su versión cinematográfica (Rocco-Cuzzi 1996: 12).  
7 *Leoplán*, año IV, n° 57, 17 de marzo de 1937.



Por otro lado, si la propuesta de *Leoplán* es conformar una biblioteca de obras clásicas a bajo precio, como respuesta a lo que Renata Rocco-Cuzzi (1990: 15) denomina una creciente “demanda de medios de elevación cultural” por parte de sectores populares, cabe entonces preguntarse por el lugar que ocupa la literatura argentina en esta publicación.

En su estudio, Rocco-Cuzzi señala el ingreso algo tardío de la literatura de autores nacionales a *Leoplán*, que se dio bastante entrado el primer año de aparición del magazine. La autora afirma que la literatura argentina ocupó un lugar jerárquicamente inferior respecto de las obras de autores extranjeros, debido a que este último grupo contaba con el aval de una tradición literaria prestigiosa que las elevaba a la categoría de “clásicos universales”, y frente a la cual la joven literatura argentina quedaba en desventaja.<sup>8</sup>

Rocco-Cuzzi indaga en la presencia de literatura nacional en la publicación teniendo como referencia la producción extranjera. De acuerdo a esto, la literatura extranjera, por considerarse superior, dicta las pautas de acuerdo a las cuales ingresaría la literatura argentina y sería por esto que los autores argentinos aparecen primero, en la gran mayoría de los casos, a través del género cuento, para luego lograr la publicación de una novela.

No discutimos, en principio, la afirmación de Rocco-Cuzzi acerca del rito de pasaje de cuento a novela como característico del ingreso de la literatura argentina a *Leoplán*, pero sí señalamos la necesidad de analizar el lugar que ocupó la literatura nacional en la publicación de un modo que trascienda la mera evaluación por oposición con respecto a la presencia de literatura extranjera. En el marco de una publicación que plantea educar literariamente a sectores populares, creemos que la pregunta por la inserción de la literatura argentina cobra relevancia en relación a ciertas expectativas (de integración cultural, de ascenso social, etc.) que los lectores de *Leoplán* depositarían en su formación cultural.

Tal vez la clave respecto a este punto pueda encontrarse en la conformación de los sectores populares que constituirían el lectorado de la revista: en buena parte,

---

8 Entre los autores argentinos que fueron publicados por *Leoplán* en estos años podemos mencionar a Eduardo Mallea, Manuel Gálvez, Ricardo Güiraldes, César Fernández Moreno, Bernardo González Arrili, Hugo Wast, Celia de Diego, Héctor Pedro Blomberg, Benito Lynch, Adolfo Pérez Zelaschi, entre muchos otros.



inmigrantes o más bien hijos de inmigrantes, para quienes el acercamiento a la literatura argentina podría constituir un saber necesario en el marco de un proceso de integración social en el cual estarían dispuestos, citando nuevamente a Romero, “a asumir el estilo de vida de los sectores ya consolidados”. Este estilo de vida de estos sectores ya consolidados incluye, por supuesto, su literatura.

En este sentido leemos, por ejemplo, los avisos a página completa en *Leoplán* de la *Historia de la República Argentina* de Vicente Fidel López (editada también por editorial Sopena), en los que, justo bajo la imagen de los “13 magníficos volúmenes” de la colección, se lee lo siguiente: “Si usted es argentino, no puede desconocer y dejar de tener a mano la historia de su país, para su propia satisfacción y la de los suyos”; y a la derecha de esta inscripción: “Si Vd. es extranjero, no debe ignorar los acontecimientos que han hecho de la Argentina la república más próspera de Sud América”. Parece válido entonces el supuesto de que Sopena tenía en mente un mercado compuesto por lectores de origen extranjero interesados en temas de cultura argentina, demanda que la editorial parece dispuesta a satisfacer. Esta línea de análisis no deja de ser una hipótesis hasta tanto no realicemos un estudio más exhaustivo al respecto; sin embargo, creemos que puede ser un punto de partida válido para indagar en la presencia de la literatura argentina en *Leoplán*.

Para concluir queremos remarcar que nuestra intención fue realizar una caracterización general del proyecto editorial de *Leoplán*, cuyo rasgo principal fue su propuesta de formación literaria básica para sectores populares. Esta formación literaria está planteada por el magazine como la inmersión en un determinado corpus literario que tiene como principal virtud el reconocimiento masivo (o al menos ése es el criterio que más resalta *Leoplán* a la hora de presentar los textos). Sin embargo, este intento por participar de la cultura concebida como legítima se cruza a menudo con elementos provenientes de la zona de la cultura de masas, dando como resultado formas de apropiación cultural que escapan a la mera reproducción de la cultura dominante.

Por último, en cuanto a su naturaleza, podría decirse que el magazine *Leoplán*, principalmente a partir de su propuesta editorial, pero también a partir de su formato y de la forma en que se autodescribe, se propone como una publicación de carácter híbrido, concebida en el borde entre revista y libro.





### **Bibliografía**

- Rocco-Cuzzi, Renata (1996). “Leoplán, entre la biblioteca y el kiosco”. *Hipótesis y Discusiones/12*, Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras, UBA.
- Romero, Luis Alberto (1990). “Buenos Aires en la entreguerra: libros baratos y cultura de los sectores populares”. Diego Armus (comp.) *Mundo urbano y cultura popular: Estudios de historia social argentina*, Buenos Aires, Sudamericana.
- Sarlo, Beatriz (2004). *El imperio de los sentimientos: Narraciones de circulación periódica en Argentina (1917-1927)*, Buenos Aires, Norma.