

## **La paradójica perennidad de lo efímero: el caso de los catálogos editoriales impresos**

Mg. María Eugenia Costa.

Instituto de Investigaciones en Humanidades y Ciencias Sociales (IdIHCS), Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación (FaHCE), Universidad Nacional de La Plata (UNLP). Directora del Proyecto de investigación *Perspectivas históricas en torno a las colecciones: editoriales, bibliotecas y lectorados en Argentina (1880-1955)*. Adjunta de *Historia del libro y de las bibliotecas*. Vicedirectora de la Biblioteca Pública de la UNLP.

Correos electrónicos: [ecosta@fahce.unlp.edu.ar](mailto:ecosta@fahce.unlp.edu.ar); [mecosta@biblio.unlp.edu.ar](mailto:mecosta@biblio.unlp.edu.ar)

### **Abstract**

Los catálogos comerciales de empresas editoras de libros cobraron protagonismo creciente en el contexto del desarrollo de la cultura gráfica e impresa en Argentina durante la llamada “edad de oro” de la industria editorial (1938-1955). Los catálogos pueden ser considerados dentro de un amplio conjunto de documentos llamados *ephemera*. Al estar escasamente conservados en bibliotecas y archivos, se presentan ciertas dificultades implicadas en su estudio; no obstante, se brindan algunas herramientas conceptuales para abordarlos críticamente. Aunque la fugacidad caracterice a estos materiales, ameritan ser revalorizados como fuentes primarias insoslayables para la bibliología e historia cultural de la edición.

En el presente trabajo se indagan diversas definiciones y funciones de los catálogos impresos, considerando sus materialidades y visualidades específicas y las relaciones con las políticas editoriales que los sustentan. Se analizan tipologías de catálogos bibliográficos de la época, teniendo en cuenta las estrategias comerciales y publicitarias utilizadas. Se examinan las formas de organización y jerarquización de los contenidos textuales y visuales, atendiendo a los agrupamientos por colecciones destinadas a diferentes públicos-lectores. Finalmente, se considera el caso del *Repertorio bibliográfico Emecé* promocionado como un *Catálogo General Perpetuo* en siete tomos. Estos raros ejemplares permiten poner en discusión la noción tradicional de impresos efímeros.

### **A manera de introducción**

“*Los catálogos son la memoria de la editorial*” Eduardo Giordanino

Para poder abordar nuestro objeto de estudio -los catálogos comerciales publicados por editoriales argentinas- debemos plantear algunas consideraciones en torno a los denominados *ephemera*,<sup>i</sup> a fin de intentar revalorizar este tipo de materiales gráficos poco duraderos, los cuales suelen ser desechados intencionalmente tras su consulta o uso inmediato. Por ende, rara vez se conservan en archivos institucionales y bibliotecas locales, públicas o privadas, además de que son difíciles de localizar.<sup>ii</sup> Dada la dificultad para hallar catálogos históricos, resulta entonces necesario reconstruirlos a partir de otras evidencias y registros. El destino descartable de estas “publicaciones menores”, se plasma en algunas de sus marcas de factura, como así también en el tipo de contenidos textuales e iconográficos.

En efecto, estos impresos de uso cotidiano, creados precisamente para no perdurar y de carácter no venal, son diseñados con propósitos comerciales y publicitarios puntuales, relacionados con determinados contextos socio-históricos de producción, circulación y consumo. Consideramos de manera sólo aparentemente paradójica, que es esta peculiar condición de rareza bibliográfica que revisten los catálogos editoriales de mediados del

siglo XX -en tanto documentos efímeros de supervivencia fortuita- es la que les otorga una atribución de valor como bienes culturales. Lo notable de este “género editorial” es que, si bien aparenta ser meramente utilitario y, hasta cierto punto descartable, conservó históricamente su carácter de valioso, mereciendo ser estudiado como cualquier otro producto de la cultura gráfica e impresa (Garone Gravier, 2020). Al tratarse de fuentes históricas escasas y proclives al descarte o a la destrucción, requieren que arbitremos una serie de procedimientos teórico-metodológicos para poder reconstruir e interpretar la información económica, político-ideológica y/o cultural que nos brindan a quienes investigamos la bibliología e historia de la edición desde una perspectiva interdisciplinaria (Costa y Garone Gravier, 2020).

Para contextualizar históricamente esta ponencia, seleccionamos como recorte temporal la denominada “edad de oro” de la industria del libro en nuestro país, la cual se inició a fines de la década de 1930 extendiéndose hasta mediados de los años cincuenta.

Por un lado, este período de auge se destacó por un crecimiento exponencial de la producción argentina de libros -mayormente traducciones- que eran destinados a la exportación hacia otros países de habla hispana, usufructuando el nicho de mercado vacante tras la crisis editorial española fruto de la coyuntura bélica (De Diego, 2014, Larraz, 2010, 2011, 2014, 2018; Gerhardt, 2015, 2016). Pero también los libros argentinos fueron producidos para un mercado interno beneficiado por la progresiva ampliación y diversificación del lectorado nacional durante el primer peronismo (Giuliani, 2018, 2019, 2021). Más allá de la pervivencia de editoriales tradicionales,<sup>iii</sup> esta expansión del libro estuvo asociada a la instalación en Buenos Aires, de sucursales o filiales de sellos extranjeros, especialmente españoles,<sup>iv</sup> junto con la fundación de nuevas casas editoras locales con diversos perfiles y orientaciones, muchas de las cuales contaron con los aportes de emigrados y exiliados.<sup>v</sup> Para Gustavo Sorá lo fundamental de este período fue la institucionalización del mercado nacional de libros y su interrelación creciente en un espacio editorial hispanoamericano (2011: 139).

Por otro lado, esta etapa de la historia de la edición local se caracterizó, entre otros factores, por la modernización técnica del sector gráfico industrial, la profesionalización y la agremiación de los agentes editores, la especialización de empresas editoras en determinados rubros, el desarrollo de novedosas estrategias de promoción y comercialización librería, además de la organización de los catálogos editoriales mediante la generalización de bibliotecas y colecciones (Carballal y Longueira, 2017; Costa, 2019, 2021; Gerhardt, 2015; Giuliani, 2018).

En este trabajo de investigación nos planteamos diversos objetivos interrelacionados. Primero, elaborar una definición polisémica de catálogo, que considere tanto su presentación formal y factura material como el valor simbólico-cultural e identidad de marca de una editorial. Segundo, describir tipologías de catálogos impresos y ejemplificar con algunas fuentes documentales, considerando las estrategias comerciales y publicitarias empleadas para fidelizar a los lectores. Tercero, examinar los modos de ordenamiento de la información de los catálogos, atendiendo a los criterios utilizados para la conformación de bibliotecas y colecciones, relacionadas con determinados públicos lectores destinatarios.

### **Catálogos editoriales: definiciones, variantes tipológicas y funciones**

Diversos especialistas de distintas disciplinas que convergen en la historia cultural de la edición, destacaron la relevancia de los catálogos de las editoriales como fuentes primarias de carácter documental y señalaron la importancia de considerar su historicidad (Costa y Garone Gravier, 2020; Costa, 2021; De Diego, 2019; Garone Gravier, 2020;

Larraz, 2018, 2020). El término “catálogo”, desde su misma etimología, implica la idea de registro, inventario o lista ordenada y clasificada de bienes u objetos. Aquí se trata de los libros publicados por una casa editorial, que luego de ser enlistados quedan dispuestos para ser difundidos y vendidos. En un catálogo los libros se suelen ordenar por materias o temas, bibliotecas o colecciones, autores y títulos, a veces con el añadido de los respectivos índices. Para Juan Pablo Giordanino (2010) el catálogo editorial tiene una relación conceptual -en tanto elementos paratextuales- con el objeto-libro que es referenciado. Este autor afirma que, además de una herramienta promocional, es un instrumento informativo. Por su parte, Marina Garone Gravier (2020) sostiene que los catálogos editoriales son objetos bibliográficos que requieren ser estudiados como un “género editorial”, de la misma forma que cualquier otro producto de la cultura gráfica e impresa.

Otros autores/as, profesionales del ámbito de la Bibliotecología, sostienen que los catálogos cumplen el rol de obras de referencia fundamentales para el conocimiento de las empresas editoras. Por una parte, “son base de datos de los fondos editoriales que contienen el inventario interno de la producción editorial en un periodo de tiempo determinado” (Sánchez Vigil, Recio y Fernández Fuentes, 2008: 115). Pero por otra, también operan como referentes identificadores y signos de profesionalismo. Esto se produce en la medida en que los agentes editoriales efectúan transferencias de capital simbólico-cultural. En efecto, el catálogo impreso no es un mero inventario de títulos editados y materializados en libros, sino un discurso que desarrolla cierta narrativa a cuya construcción de sentido contribuyen cada una de las obras publicadas que dialogan e interactúan entre sí, como así también con otras obras pretéritas y contemporáneas. De esta manera el catálogo puede ser entendido como una obra colectiva de producción de significado cultural (Larraz, 2018, 2020) o un instrumento que permite compartir una serie de valores e identidades consustanciales para dichos agentes que componen y se posicionan dentro del campo editorial en un momento determinado (Bourdieu, 2012).

Para abordar un catálogo editorial consideramos su condición de artefacto impreso y atendemos a su presentación formal, material y visual concreta (papeles, tipografías, ilustraciones externas e internas, encuadernaciones). También tenemos en cuenta su variable extensión y tamaño (tradicionalmente formatos en cuarto u octavo). En ese sentido Fernando Larraz define al catálogo como un “repertorio de productos puestos a la venta por un fabricante; un objeto físico en el que constan los libros que una editorial ofrece a sus consumidores a través de librerías y distribuidores” (2020: 92). Además de estos agentes del campo editorial que menciona el autor, el catálogo es ofrecido a críticos o comentaristas y a bibliotecarios. Asimismo debemos tener en cuenta -a partir de distintos textos de extensión variable que integran cada tipo de catálogo- la significación simbólica subyacente al proyecto editorial y el impacto cultural de su aportación en determinado contexto socio-histórico particular.

Si bien concebimos a los catálogos editoriales sopesando ambos aspectos materiales e inmateriales, en el presente trabajo nos centramos en la dimensión material u objetual de los mismos, atendiendo a su carácter fungible y por ende efímero. En nuestra indagación identificamos y distinguimos una variedad de catálogos de distintas clases producidos en nuestro país durante las décadas de 1940-1950. Además de las fuentes primarias relevadas, tuvimos en cuenta la formulación de tipologías las cuales fueron aportadas por los trabajos de diversos investigadores (Giordanino, 2010; Garone Gravier, 2020; Larraz, 2020; Sánchez Vigil, Recio y Fernández Fuentes, 2008). Resulta evidente que no todos los catálogos impresos presentan los mismos rasgos, estructuras e informaciones. En nuestro trabajo analizamos catálogos generales anuales, donde se listan la totalidad de las obras que componen el fondo editorial, incluidas reediciones y reimpressiones. Varios de estos catálogos están numerados y compilan todas las obras publicadas hasta la fecha. Estos

impresos se complementan con “suplementos”, además de boletines bibliográficos seriados -de periodicidad mensual, bi o trimestral- donde se hace hincapié en la presentación de las novedades editoriales. Hay catálogos especiales que reúnen conjuntos temáticos particulares o que se destinan a promocionar determinadas bibliotecas y colecciones que son significativas para determinado sello. Consideramos también distintos folletos puntuales -en formato díptico, tríptico o políptico- junto con hojas volantes publicitarias e informativas (incluidos los “anexos”. “apéndices” o “insertos” de las páginas finales de los libros).

Además de los materiales antedichos consultamos algunos catálogos “históricos” publicados con motivo de la conmemoración de aniversarios u otras celebraciones, la mayoría de ellos ordenados cronológicamente. Estos impresos proporcionan datos complementarios sobre las trayectorias históricas de las casas editoras, con referencias a los objetivos fundacionales y los resultados obtenidos de la producción editorial. De la misma manera que algunos catálogos generales, suelen estar acompañados de registros bibliográficos con detalles del contenido de las obras como así también descripciones de las distintas ediciones.<sup>vi</sup> Ahora bien, por un lado consideramos la desaparición de títulos y la indicación de libros agotados o fuera de circulación. Por otro, las obras proyectadas que se anunciaron como de “próxima aparición” o “en prensa”, pero que quedaron inéditas por motivos de distinta índole (Garone Gravier, 2020; Rueda Ramírez y Baro, 2020).

Es de destacar que, a pesar de su importancia como fuentes de información, en este trabajo no indagamos las publicaciones periódicas de las editoriales, como por ejemplo el *Boletín Nova*, *Emecé Revista* o *Negro sobre Blanco* de Losada.<sup>vii</sup> Estas publicaciones especializadas cumplían la función de promocionar el sello y conseguir fortalecer sus redes clientelares. Incluían semblanzas biográficas de los autores, listados de los títulos publicados, descripciones de los volúmenes, sinopsis de contenidos, comentarios críticos o reseñas bibliográficas, reproducciones de fragmentos de prólogos o capítulos, presentaciones o descripciones de las colecciones, anuncios de nuevos lanzamientos, etc.

En cuanto a sus características físicas y formales, hallamos una gran heterogeneidad y variedad de catálogos comerciales en el período que nos ocupa. Muchos de ellos se caracterizan por la escasa cantidad de hojas, la baja calidad del papel utilizado y por tener una encuadernación engrapada. Otros, en cambio, emplean mejores materiales en su confección, la encuadernación en rústica está encolada a la americana y se asemejan a los formatos librarios por la gran extensión de páginas. Las impresiones de la época se realizan en su mayoría en técnica offset. Las tapas de los catálogos estudiados están impresas a una o varias tintas de colores; algunas son solo tipográficas y otras lucen imágenes figurativas y revisten cierto valores estéticos. En algunos casos participan del diseño editorial e ilustración de los catálogos artistas de renombre como Attilio Rossi (Losada), Francisc Fábregas Pujadas o Juan Battle Planas (Poseidón) y calígrafos como Jacob Hermelin (Espasa Calpe Argentina, Emecé). Algunos catálogos son listados de precios, con una breve explicación de las colecciones. A veces incluyen la reproducción de los emblemas, logos e imatipos y se mencionan a los directores de colección.

Podemos afirmar, a manera de síntesis, que los catálogos editoriales cumplen un rol publicitario y comercial, pero también otras funciones entre las que destacamos las cinco siguientes: a) difundir la producción del fondo junto con la promoción de las novedades editoriales; b) brindar información sobre las formas de comercialización y distribución de los libros; c) ordenar la selección de autores y obras en colecciones de acuerdo a distintos criterios; d) comunicar el valor cultural de una política editorial, con sus cambios y continuidades; e) proponer dotación de lecturas para de lectores segmentadas y fidelizadas. A continuación detallaremos cada uno de los puntos señalados anteriormente.

Con el fin prioritario de promover la difusión de los libros publicados e incentivar las ventas mayoristas o al menudeo, estos catálogos impresos exhiben y permiten conocer la composición de los fondos editoriales comercializados en un momento determinado, señalando las clases y géneros de obras en stock. Ahora bien, una vez que los materiales reseñados en los catálogos se agotan, quedan los registros bibliográficos como testimonio de lo producido en el pasado por la editorial (Giordanino, 2010). Por otra parte, a través de distintos recursos publicitarios se difunden los lanzamientos de las novedades editoriales o títulos de “próxima aparición”. En los años cuarenta, algunos sellos incorporan como prácticas discursivas, además de la sinopsis de los contenidos de las obras editadas, profusos y variados reclames de propaganda en el interior de los impresos (Rueda Ramírez y Baró, 2020). Observamos que la mayoría de los catálogos y boletines de las editoriales argentinas incluyen -a la manera de muestrarios de productos- una cantidad considerable de reproducciones de las cubiertas de los libros, ya sean dibujos o fotografías (Claridad, Espasa-Calpe, Kraft, Losada, Nova, Peuser, Poseidón, Sudamericana). En algunos de los casos analizados cada entrada del catálogo es acompañada de una breve descripción física de las publicaciones. Asimismo se ofertan ejemplares de distintas calidades en su presentación y encuadernación, incluidas ediciones de lujo (como en el folleto desplegable tipo acordeón de Kraft titulado “Bellas letras. Artes gráficas” o los repertorios bibliográficos de Emecé).

En estrecha relación con lo antedicho, estos “medios publicitarios efímeros” producidos por las empresas editoriales -cuya distribución entre los clientes es gratuita- proporcionan datos precisos en torno a la comercialización de los libros, cuya organización informativa es variable (Murillo Sandoval, 2020). Generalmente los impresos comerciales contienen listas de precios actualizados junto con las condiciones de venta, los medios de pago o crédito, las formas de envío, los modos de suscripción para el mayorista o minorista. Además suministran diverso tipo de información sobre las casas matrices, sucursales, representantes y distribuidores, ya sean nacionales o extranjeros (direcciones, teléfonos, casillas postales). En las contratapas u otras páginas de los catálogos y boletines bibliográficos relevados figuran apartados con títulos tales como: “Advertencias” (Anaconda, Losada), “Condiciones de venta” (Espasa Calpe, Poseidón, Sudamericana), “De importancia para los señores clientes” (Nova). Asimismo se incluyen cupones recortables para realizar pedidos (Peuser).

En otro orden de cosas, los catálogos exhiben el desarrollo de una determinada política editorial sustentada en dos aspectos vinculados entre sí. Por un lado, en la selección y ordenamiento de las materias (determinadas por el editor) y de los autores con sus respectivas obras publicadas; por otro lado, en la conformación de un número considerable de bibliotecas y colecciones las cuales son visibilizadas mediante índices de consulta específicos (los hallamos en Ayacucho, Emecé, Losada, entre otras editoriales). Los criterios de selección se sustentan en la presentación de las directrices editoriales u objetivos generales situados al inicio de la publicación (como en el caso de Nova o Sudamericana). También se plasman en las “declaraciones de intenciones” dirigidas al público lector de cada colección en particular (Paliérne, 2017). Estos diversos discursos a veces adquieren carácter programático, retórico o persuasivo además de referencial (cuando el tipo textual dominante resulta descriptivo y/o explicativo). En los catálogos de la “edad de oro” la organización que distingue tipos de colecciones es quizá la más frecuente de todas. Los criterios de agrupamiento de las colecciones pueden ser por áreas disciplinares; géneros discursivos y literarios; repertorios temáticos; movimientos estéticos; corrientes político- ideológicas; procedencias espaciales; nacionalidades; lenguas traducidas; recortes temporales o secuencias cronológicas; premios obtenidos o rangos etarios del lectorado. Por otra parte, algunos catálogos analizados presentan colecciones

subdivididas en series o secciones según las áreas de conocimiento o los géneros de las obras ofertadas, a veces con distinciones cromáticas de las tapas o sobrecubiertas. Por ejemplo las secciones de la Colección Austral (Espasa Calpe Argentina), Biblioteca Emecé de Obras Universales, Buen Aire (Emece) Pandora (Poseidón).

A través de sus estrategias publicitarias y de sus contenidos textuales los catálogos refuerzan la legitimidad del sello e incorporan ciertos marcadores de tradición o modernidad cultural (Larraz, 2020). Estos marcadores se pueden vincular con la tendencia cosmopolita, americanista y/o nacionalista del catálogo. Estos elementos coadyuvan a constituir la identidad simbólico-cultural del sello editor y a conformar su política editorial, la cual sufre variaciones a través del tiempo (Garone Gravier, 2020). Estos diversos aspectos mencionados se plasman mediante la selección de prestigiosos directores de colección, la promoción de ciertos autores u obras escogidas dentro de un género y la distinción fruto de distinto tipo de galardones. En este período muchas colecciones están a cargo de reconocidos escritores e intelectuales y artistas plásticos (Larraz, 2011; Costa, 2019, 2021, Gerhardt, 2015).<sup>viii</sup> Además incorporan textos de recomendación o comentarios de las obras y fotografías o retratos de autores construyendo una imagen de marca del escritor. Estas características están presentes en los catálogos conmemorativos de aniversarios de fundaciones (Emece, Losada). Por otra parte, plantean la diferenciación de las ediciones de acuerdo a su calidad material, gráfica o estética. Las empresas editoras no sólo editan a ganadores de distintos premios nacionales e internacionales que son destacados en los catálogos impresos, sino que también lanzan y difunden sus propios concursos literarios, como en los casos de Peuser, Kraft, Emece y Losada. Estos dos últimos casos denotan, por ejemplo, una tendencia a la nacionalización de los catálogos editoriales en la década de 1950 (Navarro, 2020; Costa, 2022b).

Los documentos producidos por los sellos editores responden a cierta proyección sobre el público destinatario de los ejemplares individuales o del conjunto de libros que componen las colecciones, ya que en los catálogos subyace una propuesta de dotación de un repertorio de textos para ser leídos. Los catálogos con sus paratextos operan como “umbrales” a la lectura (Genette, 2001). Asimismo, la estructura de contenidos de los catálogos puede generar una diferenciación en los públicos a los que están destinadas las diversas ediciones. Los criterios para la segmentación de las comunidades de lectores pueden ser: capacidad económica o poder adquisitivo, nivel educativo, formación cultural, perfil profesional, rango etario o habilidad lectora, entre otros.<sup>ix</sup> Por otra parte, la numeración de los volúmenes de una biblioteca o colección de acuerdo con el orden de publicación genera ciertos efectos en los potenciales lectores, como la tendencia a la expectación ante los títulos de “próxima aparición” o “en prensa” y la consecuente fidelización en la adquisición y/o posesión de los libros (Sanchez Vigil, Recio y Fernández Fuentes, 2008). Si bien no siempre los lectores de los catálogos llegan a ser clientes, por cuestiones de poder adquisitivo, pueden al menos estar al corriente de las novedades del mercado gracias a la lectura de los catálogos de librerías y editoriales (Murillo Sandoval, 2020).

Las estrategias singulares de comunicación y persuasión del público tienen características variables. Mientras que en algunos catálogos los editores simplemente agradecen a los distribuidores, librerías y compradores (Ayacucho); en otros, reivindican principalmente el papel del editor -firmante del texto- a la vez que orientan e interpelan de forma directa al lector (Claridad). Por ejemplo, un ejemplar de ediciones Peuser plantea en su introducción “Dedicamos este catálogo de literatura general al lector americano, a fin de que sea útil en la selección de sus obras predilectas”. La editorial Sudamericana plantea que el suyo se trata de un “Catálogo para leer”, ya que posee una extensa reseña de cada título. Este tipo de “catálogos comentados” que incluyen descripciones, reseñas o

comentarios del contenido de las obras, junto con la transcripción de algunos de sus fragmentos, ayudan a los lectores a tomar las decisiones de compra.

En síntesis, desde la perspectiva de los estudios históricos del libro y la edición, o mejor dicho de la historia de la cultura gráfica e impresa, el catálogo comercial es un tipo particular de fuente primaria documental que le ofrece a los investigadores información sobre aspectos materiales e inmateriales, cuantitativos y cualitativos en torno a la producción de libros de un determinado sello. Entre los catálogos de las principales empresas editoriales de la “edad dorada” destacamos por su calidad material pero, sobre todo, por su excepcionalidad y originalidad al *Repertorio bibliográfico de Emecé*.

### **Con un halo de rareza: el Catálogo General Perpetuo de Emecé**

Dentro del *corpus* de fuentes primarias documentales a las cuales recurrimos para nuestro estudio, ahondamos en el peculiar *Repertorio Bibliográfico Emecé* de mediados de los años cuarenta. Este pormenorizado catálogo de las obras publicadas por Emecé Editores S.A está dividido en siete tomos encuadernados con tapas duras forradas en papeles ocres y lomos entelados en verde. La cubierta tiene letras caligráficas y en la contratapa está emplazado el lema publicitario “Una editorial americana, una escuela universal” junto con el logo, cuyo motivo es un libro abierto con dos letras “E”. Este diseño se le adjudica a Jakob Hemelin (Carballal y Longueira, 2017). En cuanto al tipo de formato -serie sucesiva de varios volúmenes- el *Repertorio Bibliográfico Emecé* resulta excepcionalmente raro dentro del conjunto de catálogos de la época. Los editores aclaran en la presentación que ordenaron el *Repertorio* en tomos “todos ellos igualmente importantes, sin que su precesión ordinal traduzca preferencia alguna, ni determinación de jerarquías”. En cada uno de estos volúmenes, numerados e independientes entre sí, se promociona una biblioteca o colección en particular o se agrupan varias de ellas teniendo en cuenta las afinidades genéricas o las diferentes extensiones de las mismas.

El primer tomo del *Repertorio Bibliográfico* está dedicado a la *Biblioteca Emece de Obras Universales* dirigida por Ricardo Baeza. El segundo detalla las secciones de la colección *Buen Aire* a cargo de Arturo Cuadrado, Luis M. Baudizzone y Luis Seane. El tercero incluye a los *Clásicos Emecé*, *Grandes Ensayistas*, *Cuadernos de Grandes Ensayistas*, *Sophia*, *Biblioteca del Peregrino*, *Historiadores de las Indias*, *El Crucero*, cuyos directores son Baeza, Eduardo A. Mallea, Tomás D. Casares, Juan Antonio Spotorno y Francisco de Aparicio. El cuarto nuclea diversas colecciones literarias dirigidas por Mallea, la dupla Cuadrado y Seoane, Enrique A. Campos Menéndez y Ramón Gómez de la Serna, a saber: *La Quimera*, *Cuadernos de la Quimera*, *Hórreo*, *Dorna*, *El Navío*, *Los Libros Evocadores*, *Los Románticos* y *Teatro del Mundo*. El quinto se centra en obras técnico-científicas con colecciones bajo la dirección de Eduardo Braun Menéndez tales como *Maestros de la Ciencia* y *Ciencia Divulgada*. El sexto contiene ediciones variadas agrupadas en clasificaciones temáticas además de los libros en distribución. Las colecciones de novelas *El Séptimo Círculo* y *La Puerta de Marfil*, dirigidas conjuntamente por Jorge Luis Borges y Rodolfo Bioy Casares, integran el último tomo de la extensa serie de catálogos impresos.<sup>x</sup> Estas colecciones de Emecé Editores podían adquirirse de forma completa o fraccionada, en cuotas mensuales “según la conveniencia del comprador.”

Es de destacar que el *Repertorio Bibliográfico Emecé* se subtitula con el texto *Catálogo General Perpetuo*. Este enunciado se nos plantea casi como un oxímoron, ya que devela la contradicción entre un sentido inherente de permanencia a perpetuidad, el cual se contrapone a la propia naturaleza de un catálogo editorial impreso tal como lo hemos definido, es decir, en su condición intrínseca de bien cultural fungible y efímero, de escasa duración temporal. Ahora bien, cabe aclarar también que el catálogo general en cuestión se

denomina “perpetuo” porque fue concebido como una publicación unitaria y no periódica, como lo eran los demás catálogos y boletines bibliográficos de Emecé. Consideramos que la diversidad y amplitud temática de las colecciones del sello se manifiesta en la necesidad de los editores de publicar distintas tipologías de catálogos. Por otra parte, el *Repertorio Bibliográfico Emecé* se diferenció del resto en que tenía un carácter venal (cada tomo costaba dos pesos moneda nacional), mientras que los catálogos o folletos en rústica podían ser solicitados a la casa central y se enviaban a los interesados de forma gratuita.

Cada tomo en cartón del *Catálogo General Perpetuo* poseía una costosa estructura metálica a la que se le podía adosar progresivamente una serie de “hojas movibles” con las novedades editoriales y reimpresiones “a fin de que su desarrollo sea simultáneo al de las colecciones”. Para su correcta colocación los clientes (ya sean libreros, bibliotecarios o lectores particulares) tenían que tener en cuenta “las referencias de lugar y orden señaladas al pie de las hojas seleccionadas”. De esta manera, cada ficha bibliográfica se colocaba en sistema entre los otros títulos del catálogo editorial. Gracias al “Servicio Permanente de Extensión” implementado por Emecé, los compradores de cada tomo del repertorio recibían por correo -sin cargo alguno- las hojas volantes de las nuevas ediciones y debían completar a mano el índice de títulos en las líneas punteadas destinadas para tal fin. Los pretéritos suscriptores, al ir agregando las fichas perforadas a la referida estructura metálica del catálogo, podían tener no sólo una actualización acerca de la producción editorial, sino también una “orientación de lectura”, tal como se anuncia en el impreso comercial. Estas detalladas fichas están enriquecidas con el detalle del contenido de cada uno de los libros publicados (biografía de los autores, reseña o comentarios, sinopsis de la obra, mención de los prologuistas y traductores), además de una descripción física de los ejemplares. Presuponemos por la calidad de las ediciones y lo oneroso de los precios de mercado que los destinatarios formaban parte de los sectores medios o acomodados de la población, si bien Emecé publicó también varias colecciones de libros de bolsillo de bajo costo.

En lo que refiere a su materialidad y visualidad, el *Repertorio Bibliográfico Emecé* está confeccionado con papeles de calidad y cuenta con separadores de cartón de distintos colores, con orejas que permiten visibilizar el ordenamiento de los libros. Si bien la mayoría de las ilustraciones de los catálogos son reproducciones en blanco y negro,<sup>xi</sup> se insertan algunas páginas a color con bodegones de libros pertenecientes a la biblioteca o colección que promociona cada tomo. Consideramos que estas imágenes signan el sentido de distinción de la obra catalográfica.

En este mismo sentido, la primera página de cada tomo del *Repertorio bibliográfico Emecé* luce un dibujo a colores realizado por el artista plástico José Lucio Bonomi. La llamativa imagen es una torre campanario con una veleta donde se emplaza una estilizada águila de San Juan. Esta simbólica figura porta en una de sus alas el logo de la editorial. En la contraportada se emplaza una frase del refranero medieval español que refrenda la visión católica y conservadora de la gerencia editorial (no así la de varios de sus directores de colecciones que eran exiliados republicanos). En la portada del catálogo se incluye a pie de página el lema publicitario “Las mejores obras de los mejores autores en los mejores libros” y en la contraportada una elocuente frase de Lope de Vega, donde el poeta sostiene que “el agrado del exterior” y la buena impresión de los libros nos concita a leerlos.

En la introducción del catálogo se indica la pretensión de que los lectores puedan tener “una visión permanente y siempre al día, de nuestro progresivo desarrollo editorial.” En palabras de los propios editores el *Repertorio bibliográfico Emecé. Catálogo general Perpetuo* fue concebido como “un libro de libros”, una “edición plenaria -en Siete Tomos- que las abarca y contiene a todas, sin sustituir a ninguna”. Es decir que esta “guía bibliográfica” permitía conocer los títulos del fondo editorial en orden de aparición,



además de los nuevos lanzamientos que se adjuntaban progresivamente. Al respecto se afirma que el catálogo está ordenado con vistas a brindar “una mayor información crítica al lector respecto de las obras que integran nuestras Colecciones, Bibliotecas y publicaciones en general, y a un conocimiento objetivo y directo de los autores que las firman.”

Por otra parte, en dicha introducción los editores se dirigen de forma directa y persuasiva a los potenciales lectores. Sostienen que en el catálogo de Emecé “los aficionados a las letras especulativas, o a la literatura de imaginación, o a la de entretenimiento, o a las ciencias, y aún los más eclécticos, pueden encontrar, en uno o varios tomos, la información necesaria para una orientación de lectura dentro de sus temas predilectos”. De esta forma se perfila la amplitud del catálogo de Emecé y la heterogeneidad del público lector al que pretendía llegar con su política editorial, la cual hemos analizado en anteriores trabajos (Costa, 2021, 2022c). Cabe mencionar también las representaciones culturales en torno a los destinatarios-lectores que se hicieron presentes en las extensas “declaraciones de intención” que redactaban los directores de colecciones y se publicaban al comienzo de cada tomo del *Catálogo General Perpetuo*. Este tipo de textos de presentación señalaban o insinuaban la línea editorial, establecían los propósitos de la biblioteca o colección, delimitaban un repertorio genérico o temático y, sobre todo, buscaban persuadir a los lectores-compradores. En estas declaraciones se solían añadir también especificaciones sobre cuestiones materiales y técnicas (papeles, formatos, sistemas de impresión, etc), además de aludir a las características visuales o estéticas de los ejemplares.

### **Algunas consideraciones finales**

La descripción y el análisis que en este trabajo realizamos del “raro y curioso” *Repertorio Bibliográfico Emecé. Catálogo General perpetuo* pone en evidencia dos cuestiones que queremos resaltar. En primer lugar, publicar un lujoso catálogo de esta índole presupone que el sello porteño busca posicionarse y distinguirse en el mercado editorial como un proyecto con bases intelectuales sólidas, de carácter duradero en cuanto a su impacto cultural. En segundo lugar, poner a la venta un “catálogo comentado” dividido en varios volúmenes, con vastedad informativa y calidad en la factura, implica atribuirle al objeto-catálogo un determinado valor, tanto material como simbólico. Por ende, a diferencia de otros impresos efímeros, el *Catálogo General Perpetuo* se plantea como digno de conservación, no sólo desde la perspectiva de Emecé Editores, sino también de la comunidad de lectores y consumidores culturales que en su momento lo adquirieron como “guía bibliográfica” u “orientación de lectura”

Para finalizar volvemos a retomar alguna de las ideas iniciales: que los catálogos, boletines, folletos u hojas volantes, más allá de su carácter supuestamente efímero, son fuentes primarias fundamentales para los estudios culturales del libro y la edición. Su naturaleza bibliográfica, comercial y publicitaria nos permite, por un lado, identificar las modalidades de venta de las editoriales e inferir los posicionamientos en el mercado del libro. Por otro lado, nos posibilitan conocer no solo los cambios y las continuidades en los contenidos publicados por un determinado sello, sino también las maneras en que cada editorial configuró a sus públicos en los “contratos de lectura”. Este estudio, plausible de futuras profundizaciones, advierte asimismo que los catálogos tuvieron un lugar en la formación de una cultura gráfica e impresa en la Argentina, gracias a su extendida, constante y multiforme circulación durante la “edad de oro” de la industria editorial.

## Referencias bibliográficas

- Bourdieu, P. (1999). Una revolución conservadora en la edición. En *Intelectuales, política y poder* (pp. 223-268). Buenos Aires: Eudeba.
- Carballal, D. y Longueira, S. (Coords.). (2017). *Cómo se imprime un libro. Grafistas e impresores en Buenos Aires 1936-1950*. La Coruña: Fundación Luis Seoane
- Costa, M. E. (2019). En el tintero de la historia editorial: la figura del director gráfico durante la “edad de oro” del libro argentino. *Revista Latinoamericana de Estudios Editoriales*, 1. <https://redeseditoriales.org/releed-1-5-costa/>
- (2021a). Configuración del catálogo de Emecé: directores de colecciones y materialidades del quehacer editorial. *IV Coloquio Argentino de Estudios sobre el Libro y la Edición*. Paraná, UNER. <https://www.fc.edu.uner.edu.ar/?p=56160>
- (2021b). “Imágenes y espíritu de América”: declaración de intenciones y serialidad de la colección *Buen Aire* de la editorial Emecé (1941-1947). *III Encuentro Latinoamericano del Libro, la Edición y la Lectura*. Bogotá, Instituto Caro y Cuervo.
- (2022a). *Biblioteca Emecé de Obras Universales* (1944-1952): puesta en serie del proyecto editorial e intelectual de Ricardo Baeza. *V Congreso Internacional de Literatura y Cultura Españolas Contemporáneas*. La Plata, IdIHCS, FaHCE, UNLP.
- (2022b). Os prêmios literários da editora Emecé e a coleção Romancistas Argentinos Contemporâneos (1949-1969). *Gutenberg. Revista de Produção Editorial*, 2, 2, 104–119. <https://periodicos.ufsm.br/gutenberg/article/view/70554>
- (2022c). Materialización de colecciones del catálogo editorial de Emecé: declaración de intenciones, estrategias de venta y fidelización de lectores. *Seminario interinstitucional Usos del Impreso en América Latina*. México: UNAM.
- Costa, M. E. y Garone Gravier, M. (2020). Reflexiones sobre la noción de catálogo y colección editorial. Dispositivos y estrategias para la producción de sentidos en el mundo del libro. *Palabra Clave*, 9, 2. <https://www.palabraclave.fahce.unlp.edu.ar/article/view/PCe082/12392>
- Chartier, R. (2006). *Cultura escrita, literatura e historia. Coacciones transgredidas y libertades restringidas*. México: Fondo de Cultura Económica.
- De Diego, J. L. (2014). 1938-1955. La “época de oro” de la industria editorial. En J. L. de Diego (Dir.). *Editores y políticas editoriales en Argentina, 1880-2010* (pp. 97-133). Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- (2015). *La otra cara de Jano. Una mirada crítica sobre el libro y la edición*. Buenos Aires: Ampersand.
- (2019). *Los autores no escriben libros. Nuevos aportes a la historia de la edición*. Buenos Aires: Ampersand.
- Garner, A. (2021) Throwing History: Towards a Historiography of Ephemera. *Book History*, SHARP, 4,1, 244-263.
- Garone Gravier, M. (2020). Los catálogos editoriales como fuentes para el estudio de la bibliografía y la historia de la edición. El caso del Fondo de Cultura Económica. *Palabra Clave*, 9, 2, <https://www.palabraclave.fahce.unlp.edu.ar/article/view/PCe085/12395>
- Garone Gravier, M., Cervantes, F., Ramos, M. J. y Salomón, M. (Coords.). (2020). *El orden de la cultura escrita. Estudios interdisciplinarios sobre inventarios, catálogos y colecciones*. México: Gedisa, UAM-Iztapalapa.
- Genette, G. (2001). *Umbrales*. México: Siglo XXI.
- Gerhardt, F. (2015). Exiliados en la “edad de oro”. Redes y políticas culturales del exilio gallego en el campo editorial argentino de la década del cuarenta: publicaciones

periódicas, colecciones y editoriales. *Revista Eletrônica da ANPHLAC*, 19, 72-103. <http://revistas.fflch.usp.br/anphlac/article/view/2360/2195>

-----(2016). Temas y autores argentinos y latinoamericanos en proyectos editoriales de los exiliados gallegos en la Argentina durante la década del cuarenta. *Kamchatka*, 7, 73-96. <https://ojs.uv.es/index.php/kamchatka/article/view/7241>

-Giordanino, E. P. (2010). Los catálogos editoriales. En *Técnicas de registro y organización de materiales editoriales. Paratextos, metadatos y catálogos* (pp. 227-257). Buenos Aires: Santiago Arcos.

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

-----(2019). Condiciones para la expansión de la circulación de libros editados en Buenos Aires durante el primer peronismo. *RELEED. Revista Latinoamericana de Estudios Editoriales*, 1. <https://redeseditoriales.org/releed-1-3-giuliani/>

-----(2021). Libros de Buenos Aires a mediados del siglo XX. Problemáticas de mercado, editores y Estado. (pp.22-36). En V. Román (Comp.). *La industria editorial argentina en perspectiva histórica: entre la economía, la política y la cultura*. Temperley: Tren en Movimiento.

-Larraz, F. (2010). *Una historia transatlántica del libro: relaciones editoriales entre España y América Latina (1936-1950)*. Gijón: Trea.

-----(2011). Los exiliados y las colecciones editoriales en Argentina (1938-1954). En A. Pagni. (Ed.). *El exilio republicano español en México y Argentina. Historia cultural, instituciones literarias, medios* (pp. 129-144). Madrid: Iberoamericana/ Vervuert.

-----(2014). La edad de oro de la edición argentina y los españoles en Buenos Aires (1939-1952): exilio e industria cultural. *III Congreso Internacional de Literatura y Cultura Españolas Contemporáneas*. La Plata: FAHCE, UNLP.

[http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab\\_eventos/ev.7438/ev.7438.pdf](http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.7438/ev.7438.pdf)

-----(2018). Los catálogos editoriales en la ‘edad de oro de la edición argentina’ (1938-1950). En Ll. Agustí, M. Baró Llambías y P. J. Rueda Ramírez (Eds.). *Edición y propaganda del libro: las estrategias publicitarias en España e Hispanoamérica, siglos XVII-XX* (pp. 129-151). Valencia: Calambur.

-----(2020). El catálogo como fuente primaria de la historia de la edición. En F. Larraz, J. Mengual y M. Sopena, M. (Eds.). *Pliegos alzados. La historia de la edición a debate* (pp. 89-100). Gijón: Trea.

-Navarro, J. E. (2020). La literatura argentina y sus lectores: sobre edición, nacionalismo y traducción (1938-1955). *Letras Hispanas*, 16, 1: 6-18.

-Murillo Sandoval, J. D. (2020). Los catálogos de venta de las librerías argentinas. Eclosión y especialización de un medio publicitario efímero, 1850-1920. *Información, cultura y sociedad*, INIBI, 43, 87-105.

<http://revistascientificas.filo.uba.ar/index.php/ICS/article/view/8065/7712>

-Palierne, F. (2017). La declaración de intención, una identidad entre manifiesto y peritexto comercial: aproximación al discurso de intención en las colecciones literarias de la segunda mitad del siglo xx. En C. Rivalán Guégo y M. Nicoli (Eds.). *La colección. Auge y consolidación de un objeto editorial Europa/Américas, siglos XVIII-XXI* (pp. 29-67). Bogotá: Uniandes.

-Rueda Ramírez, P. y Baró, M. (2020). La publicidad del libro: marco metodológico y teórico en el ámbito de la historia de la edición. En F. Larraz, J. Mengual y M. Sopena, M. (Eds.). *Pliegos alzados. La historia de la edición a debate*. (pp. 177-195). Gijón: Trea.

-Sanchez Vigil, J. M., Marcos Recio, J. C. y Fernández Fuentes, B. (2008). Catálogos editoriales: características, funciones, tipología y análisis de contenido. *Scire. Representación y organización del conocimiento*, 14, 1, 111-123.

<https://www.ibersid.eu/ojs/index.php/scire/article/view/1733>

-Sorá, G. (2011) El libro y la edición en Argentina. Libros para todos y modelo hispanoamericano. *Políticas de la Memoria*, 10/11/12,125-142.

<https://ojs.politicasdela memoria.cedinci.org/index.php/PM/article/view/527>

### **Fuentes primarias consultadas (ordenadas por editorial)**

- AYACUCHO. *Libros de Ayacucho*. Catálogo general, 1946.
- BELL. *Ediciones Bell*. Enero 1948.
- CALOMINO. *Catálogo General de sus Ediciones y Otras Publicaciones*, 1950.
- CASTELLVI. *Librería y Editorial Castellvi. Catálogo general de ediciones*, 1952.
- CLARIDAD. *Catálogo General Ilustrado*, s/f.
- EL ATENEO. Boletín de Novedades N° 21, 1951.
- EMECE. *Repertorio Bibliográfico Emecé. Catálogo General Perpetuo*, Tomo I (Biblioteca Emecé de Obras Universales), Tomo II (Colección Buen Aire), s/f. *Boletín Emecé. Obras publicadas N°5*, 1949. *Boletín Emecé*, mayo 1953. XXV Aniversario. *Catálogo*, 1939-1964.
- ESPASA CALPE ARGENTINA. *Colección Austral, Obras completas en cada uno de los 500 volúmenes publicados*, 1945. *Colección Universal*, s/f. *Catálogo General*, 1950
- ESTRADA. *Publicaciones de la Biblioteca de Clásicos Argentinos, Colección Clásicos Castellanos y Colección Estrada*, enero-abril 1945 y julio 1947.
- KRAFT *Bellas letras. Artes gráficas*, s/f. *Boletín bibliográfico*, julio 1946. *Boletín mensual*, diciembre 1953.
- LOSADA. *Biblioteca Clásica y Contemporánea*.s/f. *Catálogo*, marzo 1942, 1944, 1947, marzo 1950, agosto 1951, diciembre 1953, *Catálogo*, 1938-1968
- NOVA. *Catálogo*, 1946. *Libros de Nova*, s/f. *Suplemento de catálogo de Editorial Nova. Últimas novedades*, s/f.
- PEUSER. *Catálogo de Literatura General*, 1946. *Boletín bibliográfico Ediciones Peuser*, 1947. *Boletín bibliográfico. Suplemento*, 1948.
- POSEIDON. *Catálogo 1*, diciembre 1943. *Catálogo 2*, diciembre 1944. *Catálogo 3*, 1945-1946.
- SUDAMERICANA. *Catálogo* 1940, 1943, 1944, 1945, *Catálogo General N° 4*, 1949. *Catálogo General N° 5*, 1950. *Lista completa de los títulos publicados por la Editorial Sudamericana*, 1959.
- VIAU. *Catálogo de ediciones Viau*, 1942.

---

<sup>i</sup> Este término, de origen griego, suele ser aplicado a un conjunto de documentos producidos por procesos de impresión o gráficos, que sólo tienen relevancia por un corto período de tiempo. Se plantean numerosos debates académicos sobre los límites conceptuales entre los materiales efímeros y las publicaciones menores. Asimismo existen distintas trayectorias historiográficas en torno a los subgéneros de efímeros (Véase el estado de la cuestión en Graner, 2021)

<sup>ii</sup> Hemos relevado catálogos editoriales en: Biblioteca Nacional Mariano Moreno, Biblioteca Jorge Luis Borges de la Academia Argentina de Letras, Biblioteca del Instituto de Literatura Argentina Ricardo Rojas de la Universidad de Buenos Aires, Archivo del CeDInCI (Centro de Documentación e Investigación de la Cultura de Izquierdas), Biblioteca Librería de la editorial Ampersand (biblioteca privada especializada en cultura escrita). También consultamos ejemplares que forman parte de nuestra colección particular. Cabe señalar que en Argentina, prácticamente carecemos de archivos de las empresas editoriales.

<sup>iii</sup> El Ateneo, Atlántida, Claridad, La Facultad, Kraft, Peuser, Tor, Viau, por nombrar solo algunas.

<sup>iv</sup> Las principales empresas españolas que radicaron sus sedes en nuestro país fueron Espasa-Calpe, Labor, Editoriales Reunidas (Salvat, Sopena, Gustavo Gili), Juventud, Aguilar. También a mediados de los años cuarenta se sumó la mexicana Fondo de Cultura Económica.

<sup>v</sup> En orden de creación podemos mencionar a Losada; Sudamericana, Emecé, Rueda, Pleamar, Sigmar, Bajel, Lautaro, Nova, Poseidón, Argos, Ayacucho, Abril, Tito, Raigal, etc.

---

<sup>vi</sup> Consideramos numerosas tipologías de catálogos pero dejamos los catálogos de distribuidores y librerías, de remates o subastas, de ferias y exposiciones de libros, etc.

<sup>vii</sup> Tampoco incluimos otras revistas del ramo como *Biblos* (órgano oficial de la Cámara Argentina del Libro), *Gaceta del Libro* (dirigida por Roberto Senders, seudónimo de Boleslaw Senderowicz), *Libros de Hoy* (editada por José Rovira Armengol y Rodolfo Simon), *Papel, Libro, Revista* (a cargo de Tomás M. F. Barna). Estas publicaciones contienen publicidades que difunden los catálogos de las editoriales argentinas.

<sup>viii</sup> En las décadas de 1940-1950 la editorial Emecé contó con directores literarios de la talla de Ricardo Baeza, Arturo Cuadrado, Luis Miguel Baudizzone, Adolfo Bioy Casares Jorge Luis Borges, Eduardo Mallea y Ramón Gómez de la Serna. Por su parte Guillermo de Torre fue el principal asesor literario de Losada, pero también se desempeñaron como directores de colección Amado Alonso, Luis y Felipe Jiménez de Asúa. Lorenzo Luzuriaga, Francisco Romero y Pedro Henríquez Ureña. La editorial Ángel Estrada convocó a Julio Noé y Manuel Mujica Láinez. Entre los directores gráficos de las editoriales mencionadas están Alfredo Guido (Estrada), Attilio Rossi (Losada), José Bonomi, Luis Seoane y Juan Antonio Spotorno (Emecé).

<sup>ix</sup> Es de destacar que en el período analizado proliferan ediciones para niños, ya sea en editoriales que crearon o consolidaron secciones infantiles (Abril, Ballesta, Bell, Codex, Sopena, Tor, etc.) y otras casas se especializaron en esta rama (Sigmar, Tito).

<sup>x</sup> Cabe señalar que los únicos volúmenes a los que pudimos acceder fueron los dos primeros. Nos resultaron una valiosa fuente de información para el estudio de las políticas editoriales de Emecé y, en particular, para el análisis exhaustivo de algunas colecciones (Cf. Costa, 2021, 2022).

<sup>xi</sup> En el primer tomo las imágenes son retratos pictóricos o fotográficos de los autores, mientras que en el segundo se trata de paisajes urbanos o rurales y escenas costumbristas realizadas en grabado o pintura y dibujos alusivos a manera de viñetas.