Universidad Nacional de San Martín - Instituto de Altos Estudios Sociales - Maestría en Sociología de la Cultura y Análisis Cultural

ENTRE LA IDEOLOGÍA Y EL MERCADO. LA CONSTELACIÓN EDITORIAL DE LA IZQUIERDA NACIONAL EN LAS DÉCADAS DE 1960 Y 1970

Tesista: Lic. María Julia Blanco

15 de diciembre de 2016

Director: Dr. Alejandro Eujanian

Resumen

La tesis tiene como objetivo principal una aproximación relacional a las iniciativas editoriales de la izquierda nacional. Esta corriente ideológico-política intervino en un mercado editorial en expansión ofreciendo ensayos históricos en las décadas de 1960 y 1970.

Este contexto de consumo masivo de impresos y de diferenciación ideológica entre editoriales, nos permite considerar la tensión entre elementos ideológicos y comerciales de la «izquierda nacional» como fenómeno editorial. Nos preguntamos entonces cómo se relacionaban estas editoriales con la conformación de identidades políticas y las disputas político – culturales del momento, a partir de considerar quiénes editaban y por qué, y en qué consistía el éxito de los editores, agentes tanto económicos como culturales, que no responden a formas puras de la dicotomía entre dos tipos de editor: editor ideológico / editor comercial.

El objeto de análisis incluye distintos aspectos que colocan a los libros en primer plano: la edición de colecciones en la búsqueda de nuevos públicos, la conformación de identidades editoriales particulares, la selección y construcción de agendas temáticas a través de la edición, los criterios para la determinación de contenidos, entre otras. Las prácticas, en resumen, llevadas adelante por los editores identificados con la izquierda nacional a partir de 1955.

«Atención que es importante:
no aportaron los revisadores ninguna novedad
en ningún plano ni siquiera se hicieron fuertes
en su debilidad ni en las ediciones de bolsillo
que se tiraban de punta a punta de la mesa.
Pará, vieja.»

Laxagueborde, Juan, Fragmento de «Revisionismo visión decadentista» en *Tulio Halperín Donghi*, Rosario, Iván Rosado, 2014

Agradecimientos

Quiero agradecer en primer lugar a Alejandro Eujanian, por sus lecturas y sus preguntas. A él le debo la posibilidad de reflexionar sobre los temas y problemas que se señalan aquí, como también al equipo de la cátedra de Corrientes Historiográficas Latinoamericanas y Argentinas, de la carrera de Historia de la Facultad de Humanidades y Artes de la Universidad Nacional de Rosario, ámbito del que formo parte como docente y materia que fue muy importante durante mi formación de grado en la definición de las líneas de investigación que he seguido.

No hubiese podido hacer esta tesis sin la Beca Interna Doctoral de Conicet que recibí en 2013. Agradezco a esta institución y sus autoridades la posibilidad material para desarrollar esta investigación y continuar mi formación. Es enorme la gratitud que siento al haber podido participar de una etapa de expansión del sistema científico argentino.

Agradezco a las autoridades, los docentes y compañeros de estudio de la Maestría en Sociología de la Cultura y Análisis Cultural. Ese recorrido académico me acercó a saberes interdisciplinares, y he aprendido muchísimo del encuentro con diversas propuestas curriculares y disciplinas. Quisiera mencionar en especial a los docentes que colaboraron, a veces sin saberlo, en la producción sobre cuestiones que se encuentran aquí: Valeria Manzano, Nicolás Kwiatkowski, Mariana Di Stéfano, Fernando Devoto, Carlos Altamirano, Maria Graciela Rodríguez, Mirta Varela, Libertad Borda, Máximo Badaró, Sergio Caggiano y Marina Moguillansky.

Agradezco de corazón a Laura Peña. No existiría esta tesis sin su increíble generosidad y su compromiso con la memoria de su padre, Arturo Peña Lillo. Agradezco a su vez a Leandro de Sagastizábal y Alejandra Giuliani el haberme facilitado el contacto con Laura, y su predisposición para que se siga investigando sobre la editorial A. Peña Lillo.

Esta tesis fue encontrando valiosos interlocutores en distintas jornadas, talleres y congresos. Quisiera agradecer en especial los comentarios de Gustavo Sorá, Alejandro Dujovne, Alejandro Blanco, José Rilla, Juan Pablo Giordano y Fabio Espósito, y las preguntas y aportes en distintas instancias de Alejandro Cattaruzza, Julio Stortini, Ana Clarisa Agüero, Diego García, Adrián Gorelik, Ximena Espeche y Laura Ehrlich, cada vez que compartí lo que estaba investigando. Han sido muy enriquecedores.

Agradezco a los trabajadores de la Biblioteca Nacional y del Centro de Documentación e Investigación de la Cultura de Izquierdas que posibilitaron el hallazgo de valiosas fuentes documentales.

Agradezco también a Ana Bonelli, porque su interés me recordó que nos dedicamos a producir conocimiento para los que vienen después y para que otros sigan investigando. Fue un importante estímulo en los últimos tramos de la escritura.

En lo afectivo y personal, quiero agradecer a mi familia y amigos por el apoyo y el interés. En especial a Gabriela Couselo por tanta ayuda. Y por la compañía y el aprendizaje constante a la pequeña Emilia y a la enorme Josefa. Dan sentido al hacer.

Índice general

1 Reflexiones iniciales **6**
- 1.1 Introducción . . . 6
- 1.2 La izquierda nacional entre la historia intelectual y la historia del libro y la edición. Un estado de la cuestión . . . 7
- 1.3 Cuestiones metodológicas, o la izquierda nacional como objeto . . . 16
- 1.4 Aclaraciones respecto a los recortes temporal y espacial . . . 22

2 Mercado **26**
- 2.1 Dinámicas globales y locales . . . 27
- 2.2 Especializaciones y distinciones entre empresas editoriales . . . 34
- 2.3 La oferta masiva de libros en kioscos . . . 36
- 2.4 La disputa por la tradición nacional desde el prisma del mercado editorial 39

3 Editoriales de la izquierda nacional **47**
- 3.1 La izquierda nacional en el mercado . . . 47
- 3.2 Los proyectos efímeros de la izquierda nacional: *Hachea* de Hernández Arregui, *Relevo* de Eduardo Astesano, y *Programa* de Alberto Belloni . 53
- 3.3 Los múltiples proyectos de Jorge Abelardo Ramos . . . 63
- 3.4 Políticas de la lectura: ideologías lectoras y moralización del mercado 67
- 3.5 *Sudestada*, de Ortega Peña y Duhalde . . . 72
- 3.6 Eudeba bajo la presidencia de Arturo Jauretche (1973-1974) . . . 77

4 *A. Peña Lillo*. El editor exitoso de la izquierda nacional **82**
- 4.1 Los orígenes de *A. Peña Lillo* . . . 82
- 4.2 La búsqueda del público a través de la publicidad . . . 86
- 4.3 El fin de *La Siringa* y los nuevos caminos de *A. Peña Lillo Editor* a mediados de los sesenta. El éxito de Arturo Jauretche . . . 89
- 4.4 Modos de presentar el catálogo en los setenta . . . 93
- 4.5 Los espejos de Peña Lillo . . . 97
- 4.6 Algunos indicios para una historia de la recepción: sus lectores de historia argentina . . . 100

5 Reflexiones finales **103**

Bibliografía **106**

1 Reflexiones iniciales

1.1 Introducción

Dentro de la historia de la historiografía, las décadas de 1960 y 1970 ven el surgimiento y expansión de la llamada historiografía de la izquierda nacional. Se trataba de entenderla como un conjunto de autores: Jorge Abelardo Ramos, Rodolfo Puiggrós, Arturo Jauretche, José María Rosa, Fermín Chávez, Juan José Hernández Arregui, Rodolfo Ortega Peña y Eduardo Luis Duhalde, que convocaban públicos amplios, y escribían ensayos históricos. Tomados como conjunto de autores, resultan esquivos, complejos para abordar, como lo ha señalado Fernando Devoto. Si lo hacemos desde su producción, desde los textos, no parece haber modo de encontrar su especificidad como grupo más allá de «la mirada externa que efectivamente ha etiquetado a todos ellos dentro de una misma tradición de pensamiento» (Devoto y Pagano 2004, p. 109). A partir de este diagnóstico de la complejidad para la historia de la historiografía de dar cuenta de un grupo o una corriente es que nos interesamos por otro modo de mirar el conjunto, de pensar la etiqueta, a través de una vía alternativa pero complementaria, que es la del mercado editorial.

Entre las décadas mencionadas, de 1960 y 1970, en el mercado de libros se diferenció un polo de editoriales al servicio de una «sociología nacional» y del ensayo histórico. Al frente de éstas se ubicó *Peña Lillo*, sello por donde aparecieron los libros de Hernández Arregui, Ernesto Palacio, Scalabrini Ortiz, y fundamentalmente de Arturo Jauretche, entre otros (Sorá, 2004). Se trató de un proceso de identificación de algunas editoriales como «nacionales», y creemos que preguntarnos por el mercado editorial nos permitirá recuperar un espacio de intercambios en que los agentes se reconocen a sí mismos y a otros. Buscamos reponer ese mercado en la complejidad de una doble dimensión: tanto en lo político-cultural, en cuanto se escriben y se publican libros para modificar las conciencias –se espera llegar a un público amplio-, como en la dimensión comercial de esa llegada a las masas, el hecho de que se trataba de vender mercancías.

Nuestro recorrido por las iniciativas que se dedicaron a la edición de ensayos históricos, por los libros que conformaron una tradición que se llamó «izquierda nacional», será a partir de la premisa de que se configuró como tal en el espacio del mercado editorial, delimitado por operaciones editoriales específicas. Este interés por la dimensión editorial anticipa un abordaje más global de la historiografía de la izquierda nacional y forma parte de nuestros esfuerzos por explorar respuestas a la pregunta acerca de qué es la izquierda nacional. Problema que se inscribe a su vez en una serie de preguntas sobre cómo se construye la identidad política y cómo los sujetos sociales se construyen a sí mismos y a otros. Lo que llamamos dimensión editorial, en términos más concretos, supone ocuparnos de aquello que existe por decisión editorial: modos de presentar los textos, de ofrecerlos, promocionarlos y venderlos, de relacionarse con los autores y de generar cercanías entre sí y entre los títulos. Entendemos que estas

prácticas, sean conscientes o no de ellas los sujetos que las ejecutan, son historizables y comprensibles en el contexto en el que fueron llevadas a cabo. La noción de mercado es útil, entonces, como exploración del problema de la definición de la izquierda nacional: un grupo no es tal por grados de diferencia observables o mensurables con respecto a otros, sino porque las personas que están dentro y fuera de él saben que lo es. Rastreamos entonces su especificidad en la red de relaciones con otros grupos en la que surge. Y sostenemos, como hipótesis, que el mercado editorial resulta una de las redes de significaciones principales a tener en cuenta a partir del rol del editor, ya que su tarea no sólo es crear el valor mercantil de las obras sino también su valor simbólico. (Bourdieu, 1977 y Sapiro 2016, p. 57)

Por ello, luego de este primer capítulo introductorio, nos ocuparemos de las condiciones de posibilidad de esas decisiones al describir el mercado más amplio en el que fueron pensables, y así contextualizar la producción de los libros en el seno de una tendencia más general en el consumo masivo de impresos (Capítulo 2). Describiremos luego las editoriales de la izquierda nacional, los distintos proyectos editoriales que existieron, su especificidad dentro del campo editorial, y qué los diferenciaba de otros y unía entre sí (capítulo 3). Para luego centrarnos en una empresa específica: *A.Peña Lillo* (capítulo 4).

1.2 La izquierda nacional entre la historia intelectual y la historia del libro y la edición. Un estado de la cuestión

En la bibliografía disponible, los autores de la izquierda nacional no son considerados figuras centrales de la historia intelectual argentina. Incluso podríamos ir más allá y verificar que en general los autores que pertenecieron a esta constelación editorial no han sido considerados intelectuales. Goebel (2013) señala al respecto, en su propio estado de la cuestión, que en diversas investigaciones parece intentar conciliarse una concepción del nacionalismo como ideología burda y legitimadora de las estructuras de poder con una consideración muchas veces normativa del intelectual como aquél que mantiene una distancia crítica respecto al poder y un acceso privilegiado al saber. Nos interesa aquí llamar la atención sobre el problema de la distinción normativa entre aquellos que son considerados intelectuales y los que no son vistos de ese modo para el período específico que vamos a tomar. Ya que, haciendo nuestras las palabras de Goebel, «no se me ocurre ninguna buena razón sociológica para excluir a los pensadores nacionalistas (como los revisionistas argentinos) de la categoría intelectuales, como quiera se conciba el término»(Goebel, 2013, p.33). Si buscáramos una autodefinición, ellos mismos negaron ser intelectuales. El término era anatema, refiriéndose despectivamente a la «intelligentzia». Pero recordando que se trata de un antiintelectualismo propio de intelectuales, exploraremos por qué se les ha negado esa entidad en estudios sobre el tema. Plantearemos algunos nudos problemáticos en la posibilidad de construir un mapa general que incluya a aquellos intelectuales identificados con la izquierda nacional, a partir de indagar en los supuestos que alimentan cierta separación o distinción en la conformación de miradas establecidas sobre la época «los

sesenta/setenta»[1]. Por ello comenzaremos por indagar en las representaciones de la figura social del intelectual de los sesenta, luego analizaremos cómo o por qué se dejan afuera aquellos que no se ajustan a ella, para concluir en las posibilidades/necesidades de complejizar el mapa intelectual argentino post 1955.

En los puntos de partida de cualquier investigación que estudie a los intelectuales de los sesenta, tres obras son consideradas, en general, ineludibles: *Nuestros años sesentas* de Oscar Terán, editado en 1991 y reeditado en 2013, *Intelectuales y poder en la década del sesenta* de Silvia Sigal, editado en 1991 y reeditado en 2002, y *Entre la pluma y el fusil* de Claudia Gilman, de 2007, reeditado en 2012. Estas obras a las que haremos referencia de ningún modo agotan el campo de estudios sobre los sesenta: nuestro interés reside en el carácter fundante que se les ha otorgado con relación a las interpretaciones del período, y la estabilización de ciertas perspectivas a partir de su publicación y recepción. El esfuerzo aquí es por volver a las fuentes, a los puntos de partida sobre los que se fue consolidando la agenda de problemas en torno a los intelectuales del período y los modos de estudiarlos; en un camino que tiene como fin último contribuir a objetivar aquello que está naturalizado. Por ello antes de analizar los modos en que se ha trabajado específicamente la «izquierda nacional»[2], quisiéramos señalar el lugar que le ha sido otorgado al estudiar la intelectualidad de los sesenta.

Nuestros años sesentas de Oscar Terán, e *Intelectuales y poder en la década del sesenta* de Silvia Sigal, publicados el mismo año, construyeron «un nuevo campo de problemas para la historia intelectual, tanto en sede académica como en el terreno del ensayo y el debate público. Los sesenta se implantaron como problema cultural y político en esos años, a partir de esos primeros ejercicios de intelección y revisión»(Vezzetti, Estudio preliminar en Terán, 2013, p. 9). A partir de esta importancia reconocida -hasta hoy- dentro de los debates, indagaremos brevemente en cada uno de los textos para dar cuenta de cómo se considera la figura del intelectual y la izquierda nacional en cada caso.

Oscar Terán indica desde su título que no busca dar cuenta de un mapa de intelectuales inclusivo y extenso, sino referirse a sus años sesentas, los de un «nosotros», o un ellos, que los experimentaron de manera particular. Terán traza para ese nosotros un clima de época, de lecturas y preocupaciones comunes, atravesadas tanto por las actividades intelectuales como por las inquietudes políticas de la llamada nueva izquierda. El autor ubica en esta constelación a aquellos individuos que se agruparon en publicaciones como *Imago Mundi*, *Contorno*, *Pasado y Presente*, *La Rosa Blindada* y *El Grillo de Papel*. Esos grupos, integrados por David e Ismael Viñas, José Aricó o Juan Carlos Portantiero, reflejaban el surgimiento de un modelo de intelectual «comprometido» que se fue acercando a uno «orgánico» vinculado al sujeto Pueblo o Clase. Por fuera de ese nosotros, se atiende en un plano más general a otros objetos discursivos como el antiliberalismo y el anticosmopolitismo, que interesan por la recepción que los mismos tuvieron en la «nueva izquierda». En ningún momento los productores o divulgadores de esos discursos aparecen en el foco de los intereses de Terán, ya que si bien reconoce que hubo otras propuestas y otras trayectorias, considera-

[1]Nos referimos a la noción de Gilman, «los sesenta-setenta considerados como época», sobre la que volveremos más adelante (Gilman, 2007)

[2]Consideramos que los estudios específicos también cargan en general con cuestiones problemáticas afines que señalaremos más adelante.

ba que estas no tuvieron el alcance de la nueva izquierda ni una repercusión similar en la vida intelectual argentina. El lugar que les otorga al mencionar, por ejemplo, a Jorge Abelardo Ramos, proviene de un interés por indicar las diversas corrientes que animaron, desde afuera, la cultura del «nosotros».

Mientras que en una rápida comparación, el mapa intelectual de Sigal sí apunta a reconstruir un universo más amplio desde un punto de vista sociológico, ya que su objeto de estudio son los intelectuales argentinos de los sesenta y sus vínculos con la política. Lo que llama «El problema» es el del lugar de los intelectuales en la política y el de lo político para los intelectuales, problema que concierne a la «intelectualidad progresista después de la caída del régimen peronista en 1955»(Sigal, 1991, p.16). Los intelectuales de Sigal son aquellos que «combinan conocimiento con una responsabilidad social explícita», o «con una relación con los valores colectivos de una sociedad», identificable a través de textos o de la clasificación que hacen otros actores de ellos. Esta definición previa que parece lo suficientemente amplia como para abarcar un mapa extenso, se ve limitada sin embargo por el escenario que se privilegia para el análisis: «el cuerpo universitario»(Sigal, 2002, p.19). Es la universidad el espacio elegido para pensar la relación entre cultura y política en el período. De allí surge la «nueva intelectualidad»(Sigal, 2002, p.97). Aquellos que se incorporan en su esquema analítico-clasificatorio pero se encontraban por fuera de la universidad son los «ideólogos» del revisionismo histórico.

La hipótesis de la autora sugiere que la «politización» de sus distintas formaciones se debió al escaso anclaje que experimentaron en sus respectivos campos de saber, coherente con la centralidad otorgada al ámbito universitario. Para Sigal la izquierda argentina estuvo surcada por hondos debates ideológicos que, por su propia dinámica, minaban «el reconocimiento de instituciones y jerarquías, facultad que era, a la vez, causa y resultado de la escasa capacidad de los grupos intelectuales para manejar sus diferendos». En este contexto, como lo ha señalado Ribadero (2014), la «Izquierda Nacional» es tratada a partir de la presencia de ciertos hombres y temas. Jorge Abelardo Ramos, Juan José Hernández Arregui y Arturo Jauretche son agrupados por su uso del discurso histórico como forma de legitimación, un antiintelectualismo militante y una distancia considerable respecto al mundo de los intelectuales marxistas de vanguardia (Sigal, 2002, p.16).

A partir de estas caracterizaciones, que sin más han sido recibidas como propias de los intelectuales de los sesenta, un número considerable de ensayistas que también intervenían con sus ideas públicamente y también se encontraban atravesados por las tensiones entre política y cultura, aparecen subsumidos a un cuadro general en el que no resultan relevantes en tanto intelectuales ¿Cuál sería la diferencia entre intelectuales e ideólogos? Lo que llama la atención es que no aparece una explicitación o justificación de una decisión de este tipo, como si hubiera una decisión no tomada conscientemente, que atañe a cómo entendemos históricamente a la figura del intelectual, pero también cómo la naturalizamos ahistóricamente, obturando a su vez la pregunta qué entendemos por cultura, por política y cómo se vinculan ambas en los sesenta.

Como supuesto general compartido se nos aparece el tratamiento de la izquierda nacional no a partir de figuras intelectuales, o agentes de un campo intelectual, sino como un conjunto de discursos leídos o recibidos por quienes sí son considerados los intelectuales. Lo que no se indica explícitamente es qué sucede con aquellos «hom-

bres de letras» que se identificaron plenamente con el peronismo; a qué obedece que no se incluyan dentro de un cuadro general o por qué son tan opacos los vínculos entre identidades políticas diferentes. Indaguemos entonces en los supuestos que invisibilizan a los intelectuales-otros. En entrevistas posteriores a la publicación de sus libros, tanto Oscar Terán como Silvia Sigal se refirieron a los puntos de partida en sus investigaciones. Sigal afirmaba que le interesó aprender sobre «lo otro» respecto de sí misma, mientras que para Terán, se trataba de volver sobre sí: «a ver lo visto, volver a leer lo leído, con la enorme dificultad de que ese que ahora leía ya era otro. ¿Qué pasa cuando uno pretende ser antropólogo de su propia tribu?»(En ‹Apéndice. Los intelecuales frente a la politica (conversación entre Oscar Terán y Silvia Sigal)› Terán, 2013, 277) , tratando de moverse a una distancia ni demasiado cerca, ni demasiado lejos. Sigal acentuó, o buscó acentuar, «lo más posible esa distancia». A partir de un énfasis puesto en el distanciamiento, la dificultad más grande que se le presentó fue, en sus propias palabras: «¿Por qué hablar de estos grupos o personas como intelectuales? No estoy muy segura ni de haber resuelto ni de haber planteado bien el problema (En ‹Apéndice. los intelecuales frente a la politica (conversación entre Oscar Terán y Silvia Sigal)› Terán, 2013, 277). Y como problemas subsidiarios, menciona el de justificar inclusiones y exclusiones en términos teóricos. «Muchas veces me preguntaba: ¿por qué analizar lo que dice, por ejemplo, Giussani, dos páginas después de haber considerado lo que dice Ismael Viñas? ¿Es un intelectual?» (En ‹Apéndice. los intelecuales frente a la politica (conversación entre Oscar Terán y Silvia Sigal)› Terán, 2013, 277) . Terán resume los nudos problemáticos como «el problema de la representatividad de los textos o los intelectuales que se seleccionan»(En ‹Apéndice. los intelecuales frente a la politica (conversación entre Oscar Terán y Silvia Sigal)› Terán, 2013, 278) Y reconoce que tomó decisiones prácticas y políticas que lo llevaron a no resolver o resolver mal ese problema. «Hoy, releyendo el libro, me doy cuenta de que hay ausencias que son insostenibles: ¿Por qué no está Puiggrós, por ejemplo?» (En Apéndice. los intelecuales frente a la politica (conversación entre Oscar Terán y Silvia Sigal)› Terán, 2013, 284).

La obsesión de Sigal por el distanciamiento, y la imposibilidad de poner en palabras en el caso de Terán - de explicitar- las razones que llevan a que algunos intelectuales se incluyan y otros no, nos remite a problemas que hacen a la dificultad de construir un objeto analítico por parte de los que estuvieron de algún modo involucrados o fueron testigos de aquello sobre lo que vuelven. ¿De qué toma distancia Sigal? ¿De qué está compuesta esa unidad que intenta mirar desde lejos? El tratamiento que recibe la izquierda nacional en estos trabajos, como un conjunto de elementos discursivos, una unidad homogénea y «otra», se asemeja a la manera en que se percibe a su vez «el peronismo». Es el problema, que analizó Fernando Balbi (2007a) , de aquello que se nombra como si fuera homogéneo, general y atemporal, una unidad llamada «el peronismo» que no se asume como objeto de análisis construido, sino como objeto real, evidente, que «está allí» y hay que explicarlo. Se trata de un problema que excede los límites de este trabajo, pero que ha sido indicado por Balbi en referencia a otro trabajo de Silvia Sigal (Balbi, 2009). En nuestro caso vemos la homogeneidad de aquello llamado la «izquierda nacional», como fenómeno unificado, en el que no son claros los límites entre lo que es y no es la izquierda nacional, dentro de una tendencia a reificar, que lleva a los investigadores a no preguntarse, y por eso no responder, el modo en que ha sido construido en tanto objeto. Cuando Balbi se encuentra con este

tipo de acercamientos a «el peronismo», sugiere que «tal vez haya que comenzar por asumir que el peronismo como objeto real no existe» (Balbi, 2009, p. 160). El efecto de reificación también tiene consecuencias en las dificultades para periodizar. Otra de las obras-clave que indicamos respecto a los intelectuales de los sesenta es *Entre la pluma y el fusil* de Claudia Gilman, de 2007. Este trabajo parte de un esfuerzo por extender la historia de los intelectuales de los sesenta hacia los setenta, al articular y dar cuenta de un proceso en el que la politización de los intelectuales llega al punto de poner en entredicho la función específicamente intelectual, además de incluir articulaciones transnacionales que no habían sido tenidas en cuenta y arman un mapa latinoamericano. En la obra, respecto a lo que hemos observado para los casos anteriores, cuando Gilman se refiere a los intelectuales define que «Mis intelectuales son escritores o críticos literarios» (Gilman, 2007, p. 145) . En tanto tales, sus escritores no son elegidos según un criterio explícito de recorte sino que son *los* escritores, dando cuenta de una aproximación similar, o proveniente de la crítica literaria en la que se toman los autores del canon, sin tener que brindar aclaraciones al respecto. No podemos estar seguros si hay criterios de recorte de ese universo tan amplio que serían evidentes en sí mismos, y están de algún modo dados, o si se trata de un esfuerzo consciente de generalización. Lo que podemos saber a partir de una entrevista posterior es que la «familia intelectual latinoamericana» está conformada por los escritores que a través del «boom de la novela latinoamericana» son consagrados y «comienzan a comportarse como escritores»(2012) . Al agregar más detalles, en la entrevista indica que además eran «los más críticos y que más sabían sobre política».[3]

Una de las imágenes más fuertes de su obra, que ha sido ya muy citada, es la de «Los sesenta/setenta como época», bloque que comprende los años desde 1959 a 1973, entendido como una entidad temporal y conceptual. Esa entidad estaría dada por una misma estructura de sentimientos, lo que es públicamente decible; por el deseo de transformar los ámbitos de la política, las instituciones, el arte y la subjetividad; y la convicción de los escritores -y artistas- de estar llamados a jugar un papel en ese proceso. El ciclo estaría definido además «por el interés repentino e intenso por los asuntos públicos» por parte de los escritores. La valorización de la política y la expectativa revolucionaria que despertó en América Latina la Revolución Cubana llevaron a los escritores del continente a vincularse entre sí para contribuir desde la literatura a las transformaciones en marcha. Dedicarse a los asuntos públicos es entonces lo que hace a estos escritores, intelectuales. En esta caracterización, vemos que la periodización no es entendida como un recorte realizado por la autora de acuerdo al objeto analítico construido, sino que se trata de una «época real», evidente. Que haya habido intelectuales por fuera de estas posiciones, o que, tomando estos criterios, hayan existido escritores que atravesaron de manera diferente su conversión a intelectuales, son dos de los problemas que no están planteados en ese trabajo. También podríamos preguntarnos qué es un escritor en los sesenta, y/o qué es un escritor latinoamericano, considerando las representaciones de sí mismos y de otros respecto de ellos. Las preguntas y los problemas saltan a la vista apenas intentamos desnaturalizar «época» y «escritor revolucionario». Nuestra hipótesis es que en la obra de Gilman los obstáculos epistemológicos se deben a alguna forma de identificación: les creyó a estos escritores cuando se mostraban a sí mismos como los revolucionarios latinoa-

[3]En el seminario/entrevista citado la autora indica como autocrítica que «a las mujeres me las tragué». Pero no hay una revisión de los puntos de partida metodológicos.

mericanos, y también que al hablar decían lo que era públicamente decible. Aparecen entonces los efectos de reificación tanto de una época como de la figura del escritor.

Estas preguntas y críticas no buscan señalar los «puntos débiles» en trabajos ajenos, sino mostrar la necesidad de repensar cómo se hace la historia intelectual de esas décadas, comenzando por nuestra preocupación porque los investigadores hagan explícita la construcción de los objetos de investigación y sus modos de vinculación con el objeto real, para poner en primer plano los modos, los límites de esos modos, y cómo pensar nuevos modos de analizar/estudiar/ver los sesenta.

En casos de aquellos que sí se han detenido específicamente a estudiar la izquierda nacional, vemos por un lado un acercamiento a una corriente de pensamiento definida como «hibridación» de nacionalismo e izquierda(Sarlo, 2007; Tarcus, 1999). El problema de realizar este tipo de definiciones a priori es que en los puntos de partida está lo que encontraremos después: tenemos los elementos que consideramos típicamente de izquierda y elementos que consideramos típicamente del nacionalismo como algo sabido y sólo nos quedaría ver qué ingredientes encontraremos de cada uno. Lo que consideramos típico para cada corriente presupone que ya tenemos una definición y un conjunto de características de la unidad «izquierda» y de la unidad «nacionalismo». Las ideas de «hibridación», «sincretismo», «préstamo», suponen una unidad primigenia en corrientes que luego se mezclan, pero ¿el nacionalismo y la izquierda habían transitado hasta el momento por caminos separados? ¿de su «mezcla» ha surgido algo nuevo y diferente? Tanto si la izquierda nacional es el discurso del nacionalismo marxista en «ruptura con el legado ideológico del liberalismo» y en la «búsqueda de una fusión entre socialismo y nacionalismo» (Sarlo, 2007, pp. 50-51), o si en palabras de Tarcus, la cultura marxista argentina se encontraba entre el liberalismo y el nacionalismo (Tarcus, 1999, p. 480) se presupone una unidad que si bien organiza, y al ubicar a unos y otros nos permite conocer quién es quién a grandes rasgos, nuestra pregunta aquí es por cómo se llegan a establecer esas correspondencias, e ir más allá de la percepción de los contemporáneos. Estas aproximaciones buscan dar cuenta de lo que se percibía como novedad en la década de 1960, los «signos de un nuevo paisaje en la izquierda» como escribió Sarlo. Pero creemos que bajo el supuesto de la unidad de la izquierda y la unidad del nacionalismo corremos el riesgo tanto de perder de vista continuidades en la reflexión sobre la cuestión nacional entre intelectuales de izquierda y acabar señalando como cambios aquello que ya existía con anterioridad.

Otro modo de acercarse al problema ha sido dar cuenta del uso de los conceptos «nación» y «revolución» y englobar todas las tradiciones político culturales que reflexionaban en estos términos. Este es el acercamiento en el caso de la investigación de Guillermina Georgieff (2008). Aquí el riesgo es pasar por alto los modos en que se efectuaban las distinciones entre tradiciones políticas en un contexto específico. La autora, al indagar los encuentros entre nacionalismo e izquierda, analiza en el nivel del discurso, «nación» y «revolución», sin preguntarse por la relación entre quienes enuncian los conceptos, por ejemplo si pertenecen a las mismas tradiciones político-culturales o a tradiciones antitéticas que polemizan entre sí. En su recorte retoma todos los casos en que se verifica alguna pertenencia a la izquierda y una preocupación por la cuestión nacional, y al hacerlo nos muestra que los límites del nacionalismo marxista se desbordan hasta incluir intelectuales del Partido Comunista, como Héctor Agosti, así como también a Milcíades Peña, y a intelectuales de la generación

«denuncialista» como Ismael Viñas, mientras que se dejan afuera intelectuales con credenciales insuficientes para incluirlos en la izquierda como Arturo Jauretche, ignorando la cuestión de si en ciertos contextos de producción y de recepción sí podían leerse formando parte de esa franja.

En un sentido similar a nuestra crítica, Omar Acha ha observado que al analizar las posturas de los intelectuales de la izquierda nacional en general se tiende a generar una cadena de cercanías teórico-políticas, donde coexisten personajes de la izquierda nacional y del peronismo de izquierda, como si entre sus perfiles no existieran divergencias a veces cruciales, y que esto mismo acontece con los estudios sobre la historiografía de la izquierda nacional (Acha, 2009, p. 206). Así se estaría aplicando una «lógica de la indistinción». En contra de esto, Acha analiza específicamente la historiografía de la izquierda nacional tomando como figura central a Jorge Abelardo Ramos, su trayectoria y escritura (Acha, 2009, pp. 203-248). Aunque brinda un acercamiento útil, no nos devuelve el panorama más amplio más allá de Ramos mismo, por lo que no nos permite dar cuenta de las cercanías y separaciones entre intelectuales, ni saber por qué resulta tan complejo establecer concretamente cuáles son las similitudes y diferencias entre los intelectuales que en general no se distinguen.

Ese modo que podría llamarse «de indistinción» en el acercamiento al objeto tiende a agravarse cuando además de considerar los cambios en la izquierda, en la bibliografía disponible se supone la continuidad dentro del revisionismo histórico. Es el punto de vista de Michael Goebel (2013) que sigue de Tulio Halperin Donghi (1970), al sostener la continuidad entre el nacionalismo conservador de la década de 1920, el revisionismo histórico de 1a década de 1930 y el neorrevisionismo de la década de 1960. Esos neorrevisionistas serían Rodolfo Puiggrós, Eduardo Astesano, Jorge Abelardo Ramos, John William Cooke, Juan José Hernández Arregui, Eduardo Duhalde y Rodolfo Ortega Peña, quienes junto con Arturo Jauretche, uno de los «ensayistas populistas no marxistas», habrían desplazado a las corrientes autoritarias de la década de 1930 en cuanto variante hegemónica del nacionalismo. Goebel compara los neorrevisionistas con los revisionistas «clásicos» dentro de la unidad «revisionismo histórico» y al hacerlo, indica una cuestión central: eran conocidos por sus libros, en forma individual más que grupal (Goebel, 2013, p.143). Volveremos sobre esto. Sin embargo, el presupuesto de la unicidad y la continuidad de algo llamado «revisionismo» al analizar la «izquierda nacional» es problemático como lo ha señalado ya Fernando Devoto (2004). Este autor establece distinciones respecto de los hermanos Irazusta -figuras fundantes del revisionismo de los treinta- y «los nombres de Arturo Jauretche, Raúl Scalabrini Ortiz, Juan José Hernández Arregui, José María Rosa, Rodolfo Puiggrós o Jorge Abelardo Ramos» que se hicieron familiares para los interesados en historia, los estudiantes de ciencias sociales o los lectores de semanarios de opinión a principios de los años 70 (2004, p.107). Todos ellos, con la excepción de Ramos, formaban parte del mundo intelectual durante la década de 1930 al igual que los Irazusta. Pero a diferencia de los hermanos, ese conjunto de ensayistas había alcanzado una gran visibilidad y un envidiable impacto en lo que suele llamarse la 'opinión pública' mucho tiempo después, por lo cual Devoto considera necesario atender el hecho de que los ensayistas de la izquierda nacional fueron *exitosos*, o al menos más exitosos que tantos otros en esos años (2004, p.131). Al llamar la atención sobre este punto, nos sugiere que lo que ha cambiado (también) de un período a otro es la producción editorial de los intelectuales que se identificaron y/o fueron identificados como pertenecientes a

la izquierda nacional y su vinculación con los públicos que consumían sus libros.

De modo que la búsqueda de la especificidad de una historiografía de la izquierda nacional puede beneficiarse de la pregunta por lo públicos y en ello colocar en un lugar preponderante la cuestión editorial. Por ello es que no sólo nos interesa dar cuenta de la labor editorial de algunas figuras intelectuales, como lo ha realizado Martín Ribadero (2014) para el caso de Jorge Abelardo Ramos, entre fines de los cincuenta y comienzos de los sesenta, sino también explorar qué se llamó «izquierda nacional», una categoría nativa en un contexto específico, no sólo como modo de autoidentificación sino también como modo de identificación por parte de los públicos, e incluir la edición de libros identificada con esta corriente dentro de las disputas político-culturales de ese momento histórico.

Apostamos a un análisis que indague en la centralidad de *A. Peña Lillo editor* y su éxito, pero que a su vez incluya las actividades en el ámbito editorial de figuras como Jorge Abelardo Ramos, Juan José Hernández Arregui y Rodolfo Ortega Peña, porque pueden dar inteligibilidad a las trayectorias de estos intelectuales de manera más amplia, considerándose no solamente la producción propia o autoral de cada uno, sino también los modos de plantear repertorios editoriales de lecturas ajenas, que indican la construcción de redes y el cultivo de afinidades políticas, intelectuales y estéticas entre «publicadores» y «publicados». La edición de libros en Argentina pareciera haber cumplido con el rol de articular el mundo intelectual y proporcionar el aprendizaje de sus rutinas y prácticas, no solamente por las posibilidades abiertas por la ampliación de los públicos lectores, sino también por las adversidades de un sistema académico todavía poco institucionalizado y expuesto a las inconstancias de las disputas (Muniz, 2014), y esta es una de las hipótesis que queda aún por explorar en profundidad para la historia de la historiografía de la izquierda nacional, aunque ha sido ya señalado hace más de veinte años por Darío Macor (1995) cuando indicó que en los sesenta se realizaron complejas decodificaciones de autores de textos conformando bibliotecas inverosímiles unos pocos años antes. Consideró que en todos los autores que hablaban desde el campo de la izquierda política había existido «una triple operación de distanciamiento»: respecto de de las versiones históricas construidas por el partido comunista; las de la historiografía tradicional, la historiografía de la Academia, o lo que el revisionismo histórico llamó la historiografía liberal; y las del propio revisionismo histórico que había surgido de las filas del nacionalismo de derecha. Los tres movimientos en su conjunto permitían diseñar un nuevo lugar capaz de conciliar la revisión del pasado argentino, el nacionalismo progresista, el pensamiento de izquierda, y las tradiciones populistas. Una operación tan compleja como ésta atravesó todo el período de los años sesenta mezclando de manera impredecible autores y textos que eran permanentemente descodificados según la operación de distanciamiento que el lector estaba realizando con el proceso de lectura y apropiación de los textos. Un ejemplo de ello es la progresiva inserción de libros de José María Rosa en las bibliotecas de izquierda. Aunque Macor se refería a un universo indefinido de lectores, retomaremos esta reflexión para pensar las bibliotecas que fueron conformando los editores a través de sellos y colecciones que dan cuenta de estos lazos entre autores provenientes de tradiciones disímiles, anexiones que hubieran resultado inverosímiles por fuera de ese contexto específico.

Respecto a las investigaciones sobre la dimensión editorial de la izquierda nacional con las que contamos, debemos mencionar el artículo ya citado de Gustavo Sorá (2004)

dedicado a las editoriales de ciencias sociales en general en los sesenta y setenta. Allí describe un campo editorial en el que *Eudeba* y *Centro Editor de América Latina* de Boris Spivacow se ubican en el centro del espacio de editoriales culturales, y desde allí se abría un polo de las editoriales que privilegiaron apuestas más restringidas a los nuevos especialistas universitarios, como *Paidós*, *Amorrortu*, *Nueva Visión*; y

> «Como reacción ante unas disciplinas que surgieron bajo el amparo de un movimiento de reacción universitaria que buscó desperonizar la cultura y la sociedad, en ese período se diferenció un polo opuesto con editoriales al servicio de una "sociología nacional" y de la recuperación del ensayo de cuño histórico. Al frente de éstas se ubicó *Peña Lillo*, sello por donde aparecieron los libros de Hernández Arregui, Ernesto Palacio, Scalabrini Ortiz, y fundamentalmente la obra de Arturo Jauretche. Esta configuración se fue delineando a lo largo de los sesenta». (Sorá, 2004, 283)

Aunque por supuesto es un esquema que el investigador no desarrolla por no tratarse de su objeto específico de estudio, buscamos explorarlo aquí, como punto de partida para problematizarlo, y considerando que ya ha sido retomado para dar cuenta tanto de la centralidad de CEAL (Giordano, 2011) así como también de la existencia del polo «nacional» (García Moral, 2015).

La idea de que se habían configurado estos dos polos es tan convincente como problemática. A priori, nos resulta familiar la división. Pero, al mismo tiempo, asumir un conjunto de editoriales como reacción a la reacción antiperonista fija divisiones que nos hacen perder de vista las similitudes y el pasado en común que pueden tener los editores, las trayectorias que se cruzan más de lo que divergen, los modelos y las prácticas editoriales que ambos polos toman por igual. No se trata de desecharla, sino de mantener estas distinciones en tensión para comprender cómo se fue configurando este esquema de *lugares* de los sellos editoriales. Para Sorá, el predominio de *Eudeba* y *CEAL* en el campo editorial se explica por el éxito de lograr una transformación del esquema históricamente consagrado de los proyectos editoriales de *La Biblioteca La Nación*, *La Cultura Argentina* y *Claridad*: empresas de porte que imaginaron un público muy vasto para libros a precios módicos con títulos clásicos y de punta (Sorá, 2004, pp. 281- 283). Pero, como veremos, *A. Peña Lillo* también fue una de las editoriales que crearon público lector para las ciencias sociales al reinventar la tradición e imaginar un público muy vasto para libros de precios módicos, sin acercarse a las dimensiones de *Eudeba*. Por ello, concentrarnos en la editorial *A. Peña Lillo*, y en las prácticas que su editor llevó adelante nos permitirá deconstruir esos mundos así ordenados a nuestros ojos, pero no necesariamente para los contemporáneos, para ver cómo es que se ordenaron de ese modo. Apostamos a trazar la historia tanto interna como pública de las editoriales para una comprensión mucho más rica que una sociología concentrada en el autor. Tomar como eje la editorial, esa institución articuladora entre el autor y el lector, crea un abordaje desde dentro de la dinámica económica y social y de la literatura. Ello es especialmente significativo en el caso de la literatura de masas, cuyas obras suelen ser escritas por encargo, en base a los parámetros fijados por la editorial (Abraham, 2016, p.12). Arturo Peña Lillo fue un editor que pedía textos a sus autores con el convencimiento de que habría lectores dispuestos para sus títulos.

1.3 Cuestiones metodológicas, o la izquierda nacional como objeto

Agüero y García (2013) han señalado algunos de los puntos de partida de la historia intelectual argentina que se han convertido en supuestos que la condicionan. Uno de esos supuestos de quienes se dedican a la subdisciplina tiene lugar respecto a la diversa dignidad reconocida a las figuras intelectuales, que se traduce en el privilegio de ciertas figuras típicas o consagradas. Los autores sugieren que considerar instancias como la edición de libros a la vez que a las figuras involucradas en la práctica de editar, favorece un abordaje «menos místico» de los fenómenos intelectuales y otorgaría indicaciones importantes para la reconstrucción de los diversos contextos activos, como, por ejemplo, las condiciones de lectura y recepción de los textos(Agüero y García, 2013, pp. 183-184). Compartimos esa necesidad de atender los contextos y nos inscribimos teóricamente en una perspectiva que considera las condiciones de producción y de circulación de los textos. Existe en ello una doble tradición de reflexiones: una línea francesa, que considera la literatura como acto de comunicación, y la de los Cultural Studies ingleses que apuntan a articular esta cuestión con la de la visión del mundo (Sapiro, 2016, p.29). En la línea francesa, Robert Escarpit es quien considera a la literatura como acto de comunicación siguiendo a Sartre, -que en cuanto tal implica el productor, el distribuidor y el consumidor. Sin embargo, veremos que el contexto en que Escarpit define esta agenda de problemas es en parte el que hemos tomado como objeto, que comienza a fines de la década de 1950, observando los cambios en el mercado de libros. A nuestros ojos este autor se ha convertido en una fuente relativa a los cambios que se producían en el mercado de producción y consumo de bienes culturales, al afirmar que

> «nadie desconoce que escribir sea en nuestros días una profesión -o, por lo menos, una actividad lucrativa- que se ejerce en el marco de sistemas económicos cuya influencia sobre la creación es innegable. Para la comprensión de las obras no es indiferente que el libro sea un producto manufacturado, distribuido comercialmente y sujeto, por consiguiente, a la ley de la oferta y de la demanda. Y, para decirlo todo, no es indiferente que la literatura sea -entre otras cosas, pero de una forma indiscutible- la rama ‹producción› de la industria del libro, como la lectura es su rama ‹consumo›» (Escarpit, 1968).

Pero al entender a las obras mediatizadas por un universo social de la que son producto, nos inscribimos entonces, más específicamente, en una «sociología del mundo del libro» que nos remonta a un complejo sistema de relaciones entre escritores, traductores, editores, libreros, lectores, e instituciones de la economía, de la cultura y de la política (Sorá, 2004, p.266). Es a partir de las marcas que lleva en su propia materialidad que podemos comenzar a reconstruir esas relaciones. Esas marcas llamadas en conjunto «paratexto» (Alvarado, 2009; Genette, 2001), nos ofrecen indicios a atender con especial atención ya que el libro lleva impresa una proyección del campo o sistema literario al que pertenece o del que ha emergido. Un análisis del espacio paratextual supone prestar atención a las marcas o huellas que dejan en él los factores del sistema literario o las diferentes redes que luchan en el campo literario. El paso del

texto al libro conforma una última transición del texto para convertirse en mercancía y en objeto cultural, de forma que un análisis del campo paratextual nos permite observar su posición en el campo literario (afinidades, estrategias mercadotécnicas, relaciones con las instituciones, etc.). Las dedicatorias, los prólogos, los paratextos comerciales, los epitextos, las opiniones de la crítica, entre otros paratextos, dan cuenta de la configuración del campo observable ya desde las mismas orillas del texto (Caturla Viladot, 2005). La mirada que comienza por los objetos mismos, los libros, nos permite preguntarnos por el rol de los editores, sus vínculos con los autores, los modos de circulación y los públicos a los que eran destinados los ensayos. Es decir, nos ayuda a recordar que las características que generalmente consideramos intrínsecas a los objetos físicos son en realidad definiciones sociales, y el objeto, en este caso, el libro, es la encarnación en forma física de todas las acciones que distintas personas realizaron para que llegara a ser (Becker, 2014, p.71). Ver en los objetos acuerdos sociales congelados, o momentos congelados en la historia de las personas que actúan juntas, nos permite preguntarnos, a partir de los rastros en el objeto, cómo llegó a ser lo que es, y quién hizo qué cosas para que existiese (Becker, 2014, p.74). Esto nos lleva a la operación editorial y los editores que hacen de un texto, un libro: las prácticas que añaden efectos de sentido a los escritos, y de este modo a los usos y las significaciones impuestos por las formas de su publicación. La referencia al enfoque interaccionista de Howard Becker tal vez se deba a que éste, como ha indicado Gisele Sapiro, es empleado de forma espontánea por los historiadores que se interesan por el contexto: vínculos, amistades, formación de los grupos, relaciones entre escritores, editores, traductores, es decir se interesa por quiénes son los intermediarios (Sapiro, 2016, p.44). Es por ello que se extiende a la producción de las obras mismas a fin de incluir la serie de interacciones necesarias para la publicación, que participan de lo que Chartier denominó «puesta en libro» y contribuyen a modificar el texto: el título sugerido por una tercera persona, la cubierta y contracubierta, las anexiones y las presentaciones realizadas por el editor, aspectos que no necesariamente se inscriben en el interaccionismo simbólico pero como ha señalado Sapiro son plenamente compatibles (2016, p.46).

Hemos recortado de un universo muy amplio de libros y editoriales la *constelación*[4] de editoriales de la izquierda nacional. Esta noción de constelación o mapa refiere a la posibilidad de generar información relacional sobre la historia de las editoriales en Argentina, utilizando como criterio las afinidades que provienen de la época, el catálogo y los propietarios o editores, sin que por ello se olvide la variedad y heterogeneidad, lo múltiple y vasto del mundo editorial argentino (López et al, 2013). En cuanto a las editoriales de la «izquierda nacional», nuestra búsqueda es tanto por la dimensión analítica como la histórica. Indagaremos en las semejanzas y vínculos, recordando que había tal relación entre editoriales no sólo a nuestros ojos sino a los ojos de los contemporáneos, ya sea porque participaron o porque lo describieron como fenómeno. Esta metáfora de la constelación ha sido utilizada también por Patricia Willson (2004) respecto a las prácticas traductoras de *Sur*, y la relaciona a la noción de «formación cultural» de Williams para pensar esa configuración, ya que el establecimiento de una tradición (entendida como reconstrucción selectiva capaz de

[4]El uso de esta expresión tuvo como primera inspiración el esfuerzo de los investigadores de la Biblioteca Nacional que buscaron conformar un conocimiento relacional sobre las editoriales argentinas. Ver: http://constelaciones.bn.gov.ar/constelaciones/main.html

configurar el presente) depende tanto de instituciones identificables como de formaciones: agrupaciones variables en que los productores culturales son organizados o se organizan a sí mismos. Ciertas formaciones no se basan en una afiliación formal ni en una manifestación pública continuada, sin embargo existe en ellas una asociación consciente o identificación grupal, que se manifiesta ya sea informal u ocasionalmente. Existen grupos culturales de especialización que, sin estar ligados a los aparatos institucionales formales ni representar un amplio movimiento social, tienen en común un cuerpo de prácticas o un *ethos* distinguible (Willson, 2004, pp.237-238). Retomando la terminología de Raymond Williams (1997; 2003), entonces, consideramos a estas editoriales como formaciones intelectuales que, en muchos casos, pueden sobredeterminar las prácticas de escritura, al tiempo que funcionan como un observatorio privilegiado para reflexionar sobre algunas transformaciones que atraviesan procesos político-culturales más generales.

A partir de algunos indicios en fuentes del período y en la bibliografía disponible sobre la izquierda nacional, ésta se nos presenta como fenómeno vinculado a un conjunto de autores, de ensayos históricos y de editoriales. Entre sus contemporáneos se conformó bastante rápidamente una mirada externa, una imagen que volvía desde afuera a los intelectuales: Jorge Abelardo Ramos respondía en 1960 que «la izquierda nacional, si algo significa, es precisamente un poderoso movimiento de ideas encarnado en toda una generación. Algunos preferirían que se tratase solamente de un puñado de libros. Se verá.» (Pacheco, 1960, p. 8). La necesidad del propio Jorge Abelardo Ramos de aclarar que la izquierda nacional es más que su propia figura y «un puñado de libros» puede servirnos para comenzar a indagar en los sentidos que circulaban en el período, o más bien en la formación de sentidos comunes respecto de qué era, o a qué se llamaba, la izquierda nacional.

¿Qué designa la palabra «izquierda nacional» a los fines de nuestro análisis? Esta pregunta hace a la cuestión metodológica básica de lo que sostenemos efectivamente en la práctica de la investigación.[5] Elegimos esta pregunta como punto de partida para hacer explícitos los modos y criterios de construcción del objeto «izquierda nacional» y su dimensión sociológica, respecto a las configuraciones del campo intelectual, del campo editorial y del *campo nacional* durante los sesenta en Argentina.

Con la noción de «campo nacional», y la idea de que hubo una «izquierda» de ese campo, buscamos objetivar la edición y comprender el espacio de la izquierda nacional como espacio diferenciado. Para ese mundo editorial de publicaciones nacionales, proponemos reconstruir un sistema de editoriales que nos permita delimitar un mapa. Mapa que incluye al campo editorial nacionalista de derecha, en particular *Huemul* y *Theoria*. Con prácticas abarcadoras de ambos polos y distintas vertientes del nacionalismo, *Plus Ultra*. De izquierda, *Indoamérica*, *Coyoacán*, *Mar Dulce*, (iniciativas de

[5]Dice Balbi: «Al hablar del ‹peronismo› tendemos a olvidar que, a los fines de nuestros análisis, deberíamos entender que lo que dicha palabra designa no es un objeto existente en el mundo en tanto tal sino una construcción teórica, lo que -desde ya- no significa que no existan actores y organizaciones que se consideran y son considerados como ‹peronistas› y que mantienen entre sí una multiplicidad de relaciones, sino que esas relaciones, esos actores y esas organizaciones no conforman un universo delimitado, homogéneo y estático que sea susceptible de ser distinguido clara y definitivamente en el seno del entramado, aún más extenso y complejo, de relaciones entre actores y organizaciones de que forman parte. Esto resulta sumamente obvio cuando se lo pone por escrito, pero es mucho más difícil sostenerlo efectivamente en la práctica de la investigación»(Balbi, 2009, 159).

Jorge Abelardo Ramos) *A. Peña Lillo*, *Sudestada*, y *Eudeba* – esta última a partir de 1973. La «izquierda nacional», entonces, en primer lugar y antes que como postura ideológica, grupo político o forma particular de formular representaciones sobre el pasado por parte de algunos autores, aparece como característica general de los sellos editoriales y como elemento de identificación, lo cual nos permite acercarnos a los significados de la noción en ese momento histórico, como también a los lectores de la década del sesenta y la recepción de las nuevas interpretaciones del pasado en el período. Además, coincide en parte con el modo en el que los actores mismos comprendían su inserción político-cultural. Jorge Abelardo Ramos explicaba en 1975 que «Hay que entender que en la política argentina hay dos grandes campos, el campo nacional y el campo de los intereses vinculados a la factoría agraria y al imperialismo. En cada lado hay una izquierda, un centro y una derecha. Nosotros nos ubicamos en la izquierda del campo nacional» (en *El Cronista Comercial*, 20 de febrero de 1975). Así como también Arturo Peña Lillo describe los inicios de su empresa editorial como el momento de empezar a «tener relación con pensadores del campo nacional».

Sostenemos que el espacio editorial conforma una red de significaciones para la «izquierda nacional» que no ha sido hasta ahora objetivada. Hacerlo forma parte de una apuesta más general de la investigación en torno a la producción editorial y la materialidad de las colecciones que nos sirve para esquivar las barreras del «etiquetamiento» a priori, al mismo tiempo que nos permite dar cuenta del etiquetamiento realizado por propios y contemporáneos, la conformación de una «categoría nativa» cuyos sentidos serán recuperados aquí. A modo de ejemplo, si tomamos el libro *La izquierda nacional en Argentina* editado por *Coyoacán* en 1961, no lo hacemos para discutir la definición de izquierda nacional dada allí y proponer si es o no ajustada a lo que nosotros consideramos que es la izquierda nacional, sino para observar algunos de los modos en que ese campo pudo ser construido. Para ello, analizamos sus aspectos paratextuales, la figura del autor -el uruguayo Alberto Methol Ferré-, que es en realidad quien hace una introducción de una recopilación de artículos de distintos autores describiendo un fenómeno - el fenómeno «izquierda nacional en Argentina»-, el rol de Jorge Abelardo Ramos como editor y prologuista de ese libro, las descripciones mismas allí publicadas, incluso en conflicto unas con otras. Un conjunto de elementos que se hace visible en la materialidad de la obra y nos permite reponer la complejidad de aquello que se designa «izquierda nacional», así como también quiénes y cómo lo hacen. Como dijimos, se trata de rastrear su especificidad en la red de relaciones con otros grupos y buscar allí el surgimiento y la utilización de las definiciones (Becker, 2014, pp.16-17), y reconocer el contexto como elemento ineludible para la comprensión de un fenómeno.

Para recuperar la complejidad de los contextos, el corpus de fuentes está conformado en su mayor parte por los libros y sus orillas: dedicatorias, prólogos, prefacios del editor, los paratextos comerciales, y los epitextos, tanto público -reseñas de los libros, publicidades de los libros, entrevistas en diarios y revistas a autores y editores- como privado: correspondencias y memorias, que dan cuenta de destinatarios diferentes y /o anteriores del público general. Pero a lo largo de la investigación notamos la importancia de incluir también los archivos de la represión y el interés por parte de los servicios de inteligencia en el fenómeno editorial del que fueron contemporáneos. El lugar que una sociedad le otorga a la palabra escrita y al libro en particular

hace a nuestra decisión de utilizar archivos de la represión[6] para construir nuestro objeto de estudio. Los sesgos y estigmatizaciones que podemos encontrar allí sobre editores, editoriales, libros y colecciones forman parte también de las representaciones sociales existentes en un contexto específico, mientras que la censura de libros y las prohibiciones dan cuenta -a su modo- de la importancia otorgada a la palabra escrita. En esto seguimos esfuerzos como los de Patricia Funes (2007) quien se ocupó de analizar cómo desde la Dipba (Dirección de Inteligencia de la Provincia de Buenos Aires) se había considerado al Centro Editor de América Latina y clasificado los "libros cuestionables y no cuestionables". Respecto al organismo de inteligencia provincial como fuente en que se ven etiquetamientos y representaciones de un otro, la Dipba organiza su estructura bajo la etiqueta de «comunistas» para una diversidad de organizaciones y activistas, construyendo un sujeto a perseguir que en sus inicios tiende a superponer comunismo y peronismo. La impronta represiva de la dictadura militar se cimentó, además de su antiperonismo, en la redefinición del rol del aparato represivo del estado en el contexto de la Guerra Fría y, particularmente en Latinoamérica, tras la proclamación de la Revolución Cubana como una revolución de carácter socialista. La documentación que producía el organismo provenía del "trabajo de campo" realizado por los agentes de las comunas bonaerenses. Los informes y materiales obtenidos eran remitidos a la División Archivo y Fichero, en la ciudad de La Plata (Kahan, 2007, pp. 46-47 y 49). Aquí, el corpus sobre el que trabajamos proviene de la «Mesa C», la cual no contiene ningún factor, recibía toda la documentación de «actividades comunistas», y la Mesa «Referencia», donde se registraban y archivaban legajos de referencia, lugar donde se mantiene la información que no puede ser clasificada por su tema en los Factores (comprende diferenciaciones política, social, estudiantil, económica, gremial y religiosa) (Marengo, 2015). Las dificultades para el etiquetamiento y el encuadramiento ideológico por parte de los servicios de inteligencia nos interesa para recuperar los cambios del período. Una de las preocupaciones que se desprenden de aquellos que producían inteligencia fue la existencia «Libros, revistas, diarios de orientación comunista cuya venta se hace libremente en distintos kioscos y librerías» (ACPM, Mesa C, Carpeta Varios, Legajo 73) aunque el Partido Comunista estuviera prohibido. El 2 de diciembre de 1965 se describe en ese informe que:

> «La sangre argentina ha regado el suelo patrio y es hora de terminar con ello. Es inútil buscar al responsable, porque todos saben quién es. Es el comunismo e importa poco que venga de Moscú, Pekín o La Habana. Dirán que los locales del partido comunista están clausurados por el momento. ¿De qué vale ello, si están abiertos otros y si las librerías y los kioscos de las principales calles se han convertido en propagandistas del ideario marxista-leninista? Un paseo por la calle Corrientes y es suficiente para constatar lo que se acaba de señalar».

En este y otros documentos se nos presenta un vital mercado de libros en el que la ideología de izquierda se desplegaba. El mercado aparece como elemento principal para nuestro análisis, y en relación a éste, la doble dimensión ideológica y comercial de la figura del editor.

[6]Consultamos el Archivo de la Comisión Provincial de la Memoria de la Provincia de Buenos Aires en abril de 2014, en adelante ACPM

Para abarcar las prácticas llevadas adelante por los editores utilizamos, cuando la información recabada lo permite, la noción de «modelo», la cual nos permite completar o complejizar el punto de vista del «editor y su tiempo», y hacer un análisis que incluya el ángulo de su propia inclusión en una tradición. La relación de los editores con la tradición editorial argentina nos indica que hay más que presente en las decisiones editoriales, hay memoria voluntaria y memoria involuntaria de libros, colecciones, editores y casas editoriales que actúan. Por eso es que aquí no buscamos construir modelos de edición con fines analíticos, sino indagar en cómo operan los modelos disponibles social e históricamente para los editores, ya que les ofrecen guías para la acción, sean conscientes de ello o no. Relacionamos entonces esta noción de modelo con la de tradición selectiva, en el sentido de aquello que es un medio de incorporación práctico, «una versión intencionalmente selectiva de un pasado configurativo y un presente preconfigurado, que resulta entonces poderosamente operativo dentro del proceso de definición e identificación cultural y social» (Williams, 2000, p.137). Consideramos, siguiendo a Bhaskar (2014), que los modelos operan en las motivaciones de los editores, en el por qué editar y en sus efectos, los cuales están condicionados socialmente. De acuerdo a este autor, la edición puede tener muchos modelos en operación a la vez, que conectan la edición con el material publicado. Entre los diversos modelos distinguibles, se detiene en los que tienen o no fines de lucro. La edición implica manejar recursos y es una actividad económica, tenga o no fines de lucro, pero ¿Cómo funciona esto en la práctica? ¿Qué otras clases de modelos existen además del lucro? ¿Cómo intervienen los factores políticos, sociales o ideológicos? ¿Cuán fundamental es el lucro para la edición? Al ser el editor agente a la vez económico y cultural, la situación normal es de modelos en apariencia incompatibles que actúan al unísono, la mezcla. «Lo que en apariencia no tiene fines de lucro no obstante genera ganancias; el más comercial de los proyectos revela otros estándares y consideraciones más allá de lo financiero» (Bhaskar, 2014, p.187). Como así también la ideología es una parte importante de la toma de decisiones de todo ámbito editorial, aunque no se reconozca de manera explícita. ¿Cómo pensar esa mezcla indefinida de elementos ideológicos y fines comerciales? Consideramos estas preguntas necesarias para una reflexión más general sobre el mercado, y para ahondar en la tensión entre las dimensiones comercial e ideológica en el contexto de expansión de públicos de comienzos de la década del sesenta. Cuando el aspecto comercial está subordinado a otros fines o intervenciones culturales, la pregunta es a cuáles y cómo se da esa relación, y para ello es necesario rastrear ciertas especificidades de la producción editorial. En nuestro caso concreto, el de Arturo Peña Lillo, en su calidad de editor *exitoso* de la izquierda nacional.

Incluir esta dimensión comercial hace que la izquierda nacional, en tanto fenómeno cultural y comercial, exceda el corpus marxista. Nuestro estudio resultaría difícil de encuadrar en lo que se entendiera por una historia de las iniciativas de impresión dentro de la tradición de la izquierda, del *marxismo impreso*, pero del mismo modo sucedería en las del nacionalismo, y en este *encuadramiento imposible* es que buscamos dar cuenta del fenómeno que desborda cualquier intento de fijar definiciones o caracterizaciones de tradiciones político-culturales de largo aliento. Consideramos que los modos de etiquetamiento, de identificación, son procesos complejos, y buscamos contribuir a ese problema atendiendo a las editoriales que publicaban ensayos históricos. Relatos y narrativas que apuestan a las identificaciones y promueven, a su

manera, un desarrollo de una forma especial de reflexión social. Como ha afirmado Semán(2006) para los best sellers históricos en un período más reciente, la reflexividad social está indisolublemente ligada a las formas de emoción y a la imaginación social y política con las que interactúa. Se trataba de una historia escrita para vender, una mercancía, pero aunque la historia masiva está producida para ser vendida, su ajuste a la demanda tiene otras razones que el desarrollo ad-infinitum del mercado.(...) La demanda de historia tiene un valor de uso que ha hecho de los agentes que la producen grandes vendedores. Eso no legitima académicamente a los historiadores de masas, pero tampoco autoriza a minimizar el problema de sentido con que sus obras circulan, un sentido que excede y posibilita el fenómeno del mercado (Semán, 2006, pp.83-84). Es en esta compleja dimensión social y cultural que nos interesa el mercado de estos libros.

1.4 Aclaraciones respecto a los recortes temporal y espacial

La periodización elegida comprende los años entre 1955 y 1976, coincidiendo con los tiempos y cortes en el plano institucional-estatal. Entendemos, como se entiende tradicionalmente, que los cambios producidos en el plano estatal, que han sido descritos como crisis continuas, incidieron en el campo intelectual y en distintas esferas de producción cultural. La caída, proscripción y regreso del peronismo, aunque no lo abordamos específicamente, fueron centrales en cuanto a la producción de discursos sobre la política y la sociedad argentinas (Altamirano, 2011; Sarlo, 2007, pp.16-19), no sólo como tema de reflexión para los intelectuales sino como cuestión que los ocupaba en términos de balance histórico y proyección de futuro. Pero además marcó de manera específica la industria editorial dentro del segmento que exploraremos: estos años coinciden con la existencia de la editorial *A. Peña Lillo*, e indagaremos en los vínculos entre cambios políticos y fenómenos editoriales a lo largo de la investigación.

Por otra parte, fueron tiempos también de auge de las producciones culturales. A lo largo de estos años puede observarse una etapa muy rica en publicaciones y en la que aún había preponderancia del material gráfico sobre la radio y la televisión como vía de comunicación de masas, alcanzándose los niveles históricos más altos de producción y consumo de diarios y revistas (Carman, 2015, p.15). La consolidación de un sistema de medios moderno y masivo se reflejó a la vez en la expansión de la publicidad: entre 1960 y 1972 la inversión publicitaria creció de 79 a 1840 millones de pesos ley.[7] Para 1973, en Argentina se editaban 270 diarios y 4100 periódicos, y existían 94 estaciones de radio. Durante el período hubo cambios cualitativos en el mercado de las revistas, se lanzaron algunas de interés general de gran tirada y a colores, como *Gente*, y semanarios de análisis político como *Primera Plana*, *Confirmado*, *Panorama* y *Análisis*. Una expansión editorial que fue acompañada, sino posibilitada, por otra análoga de la pauta publicitaria (Carassai, 2013, pp. 237-238).

Esta jerarquía de la palabra escrita a lo largo de dos décadas nos invita a ir más allá del recorte 1955-1966 que se ha realizado desde la historia intelectual. En las obras de

[7]La medición de este crecimiento fue realizada por las empresas, y publicada por la Cámara Argentina de Anunciantes en un estudio de 1974 (Carassai, 2013, p. 323)

Terán y Sigal a las que nos hemos referido, el corte de 1966 aparece como ineludible. Para el primero hubo un «bloqueo tradicionalista» y con esta expresión se refirió a los efectos que el golpe militar de junio de 1966 habría impuesto «desde arriba» sobre una sociedad deseosa de cambios. Y en ambos casos se alude a la importancia de la relación entre estos primeros sesenta y fines de los sesenta-primeros setenta, pero sin profundizar en «eso que pasó después»[8] del golpe militar que da comienzo a la dictadura encabezada por Onganía. Correr la mirada del espacio universitario hacia el mercado de libros hace menos relevante el quiebre temporal en 1966, y nos permite reparar en las continuidades que se registran en esferas extrauniversitarias, como la del mercado editorial, y en las trayectorias de intelectuales que no se vieron particularmente afectados por el onganiato simplemente porque no eran docentes universitarios.

Superar la distinción entre los períodos 1955-1966 y 1966-1976 y lograr una visión de conjunto nos permite revisar la clasificación misma de «izquierda nacional», que se vio afectada por suponer que aquello que sucedió entre 1955 y 1966 fue tan disímil a lo sucedido entre 1966 y 1976. En la clásica obra de Richard Gillespie, *Soldados de Perón. Historia crítica sobre los Montoneros*, nos encontramos con un primer capítulo referido a los «Antecedentes» de aquella agrupación política, entre los que se reconocen la montonera del siglo XIX, los nacionalismos del XX, el gobierno peronista, la izquierda nacional y la izquierda peronista. A primera vista aparece esta distinción entre dos izquierdas que anteceden a Montoneros justo antes de su aparición. La noción de antecedente por supuesto conlleva ciertos problemas. Desde un punto de vista historiográfico, la izquierda nacional como «antecedente» de Montoneros impide dar cuenta de un proceso que no iba a derivar necesariamente en el militante guerrillero peronista, y de una producción que no necesariamente iba a ser leída en esa clave. Pero más allá de esto, en el tratamiento que se hace del antecedente, aparece la izquierda nacional como una entidad vinculada a libros, ideas y escritores, entre los que sólo se mencionan a Juan José Hernández Arregui, Jorge Abelardo Ramos y Rodolfo Puiggrós. Al relevar en la obra de Gillespie los modos en que se refiere a la izquierda nacional, nos encontramos con los enunciados: «En numerosas ocasiones, la izquierda nacional demostró ser más nacional que izquierda»; «La meta perseguida por la izquierda nacional era la de reorientar la izquierda hacia el peronismo»; «La contribución de la izquierda nacional a la radicalización y ‹peronización› entre la clase media fue de carácter negativo»; «La izquierda nacional quedó expuesta a la crítica al ofrecer una visión del peronismo que exageraba su significación y promesa radicales»; «Los escritores de la izquierda nacional mantuvieron las esperanzas nacional-revolucionarias de todos los sectores del movimiento peronista» (Gillespie, 2011, pp.45-47). Y finaliza con: «El mensaje político e intelectual preconizado por la izquierda nacional cuando, en 1973, el peronismo volvió al poder después de dieciocho años de resistencia y oposición, hizo esperar a sus jóvenes receptores el advenimiento de un vibrante proceso de desarrollo nacional y de reformas radicales dirigido por un

[8] «Yo diría que buena parte de lo que escribí está animado por la pregunta sobre si los discursos conducían inexorablemente a la serie de catástrofes posteriores .Ésta es tal vez, la hipótesis fuerte de mi trabajo» (Terán, 2013, p.281), Sigal agrega: «Es que en los dos libros hay una especie de hueco al cual ambos se refieren constantemente pero que no está definido ni analizado: esa otra cosa que va a pasar después» (2013, p.283) y finaliza Terán: «Eso está todo el tiempo presente aunque no se lo nombre» (2013, p.286).

Perón progresista e incluso revolucionario» (Gillespie, 2011, p.49).

En los enunciados construidos con la palabra-pivote «izquierda nacional», se nos aparece «haciendo cosas» como una entidad autónoma[9], que se trataría de «algo» diferente de la izquierda peronista, que tendría otro devenir, otra historia, ya que ésta es definida como «Todos los peronistas cuyas metas fueran al socialismo y la soberanía popular», sin hacer explícito que entiende a la izquierda nacional no conformada por peronistas, sino más bien por ideas. Mientras que la izquierda peronista sería una entidad conformada por un grupo de militantes peronistas cuyas banderas además fueran las del socialismo y la soberanía del pueblo, la izquierda nacional en cambio estaría conformada por escritores, pero no entendidos como grupo sino como transmisores de ideas, las cuales conformarían el antecedente de Montoneros. La relación entre escritores, ideas, libros y militantes se nos aparece entonces en una linealidad que esperamos deconstruir a lo largo de nuestras investigaciones, en la que este trabajo es sólo un paso. De acuerdo a Gillespie la «izquierda nacional» tuvo un rol importante en las ideas políticas de «sus jóvenes receptores», pero no sabemos exactamente cuál es ese rol, y el investigador la asocia a valoraciones de distinto tipo: no tan de izquierda, exagerada, que contribuyó negativamente al proceso, que presentó a Perón «como si» fuera revolucionario. Vemos que están ofreciéndose una serie de prejuicios, o de elementos a problematizar, como si conformaran una descripción acabada, mientras de lo que se trata, creemos, es de abrir preguntas en torno a las lecturas de los militantes, la circulación de esas ideas, el interés de los públicos por los libros y por ciertas interpretaciones históricas, y para ello es necesario mirar el proceso que se inicia en 1955 y finaliza en1976. Estudios recientes están tendiendo a revertir las discontinuidades entre los sesenta y los setenta. Uno de los ejemplos es la investigación que ha llevado adelante Sebastián Carassai (2013), que explora la cultura política de las clases medias en los setenta y para ello observa la continuidad del antiperonismo, o al menos los esfuerzos por distinguirse respecto del peronismo en un tiempo más largo. Otro caso es el del dossier «Revistas y libros de la nueva izquierda intelectual» donde se sugiere que las décadas del sesenta y del setenta deben también pensarse desde las colecciones editoriales y las revistas político-culturales de la nueva izquierda en las que se difundieron notas editoriales, se revisó la historia argentina y latinoamericana, se reprodujeron manifiestos y se tradujeron las nuevas teorizaciones europeas. «Es que, hasta que la dictadura decrete el cierre abrupto, esas revistas y editoriales junto a los contactos con América Latina y Europa se erigieron en los poderosos instrumentos de renovación de la cultura de izquierdas y de tramado de vínculos estrechos entre los intelectuales y los sectores populares» (Celentano, 2016).

Consideramos entonces que es necesario indagar en problemas que de alguna manera relativizan las diferencias entre un período y otro, en nuestro caso, poniendo el foco en los productos culturales ofrecidos por parte de los intelectuales de la izquierda nacional a «esa sociedad deseosa de cambios» (Terán, 1991) a lo largo de veinte años.

Respecto a centrar nuestro interés en Buenos Aires, este trabajo busca dar cuenta de transformaciones que no ocurrieron en Argentina, sino en la ciudad de Buenos Aires. En el estado actual de la investigación, no podríamos generalizar nuestro análisis hasta abarcar al resto del país, no sabemos aún si se verifican situaciones análogas en otras ciudades. Entendemos necesario dejar para una próxima etapa de la investi-

[9]Se nos presenta «con todas las apariencias de lo natural», como indicara Bourdieu respecto al Estado (Bourdieu, 1997).

gación una escala espacial más amplia, y por lo pronto no suponer que aquello que sucedió en Buenos Aires sucedió en Argentina. Pero además nos interesa la ciudad como contexto de cambios en el mundo editorial. Laura Podalsky (2004) ha analizado la transformación de Buenos Aires, en sus condiciones materiales y sus representaciones discursivas, y creemos que configura uno de los contextos a atender, en cuanto a la producción y circulación de libros. La autora encuentra un número importante de cambios concurrentes, como los nuevos diseños arquitectónicos, los patrones de transporte y las prácticas de consumo, que hacen necesario considerar la relación entre los fenómenos discursivos y los extradiscursivos. Además relaciona la transformación urbana con la proliferación de nuevas casas editoriales y nuevas estrategias de presentación y promoción de libros que reformularon radicalmente la relación entre comercio y cultura (Podalsky, 2004, p. XI). Aunque la transformación urbana no es en absoluto objeto de análisis en este trabajo, nos interesa incorporar que la percepción de «lo nuevo» en el mercado editorial se vincula a las mismas percepciones en un espacio social más amplio. Como ha sido analizado para el caso del semanario *Primera Plana*: «Lo nuevo» asociado a «Buenos Aires», la ciudad moderna y modernizada, y *Primera Plana* exhibió durante la década los modos de esa pretensión de modernización social y ofreció algunas claves del pulso modernizador (Mudrovcic, 1999, p.300).

Consideramos que estos primeros pasos nos permitirán analizar el lugar de Buenos Aires en el mercado de libros argentino y su dinámica centro-periferia en una próxima tesis doctoral. Siguiendo algunos indicios como el otorgado por Arturo Peña Lillo a comienzos de 1966: «El interior es consumidor solamente en dos o tres centros bien conocidos. El ‹mito Buenos Aires› marca el éxito o el fracaso de un título. Nadie puede substraerse para ello al comentario crítico o literario. Sucede sin embargo que los temas auténticamente porteños (en la actualidad ningún autor que se precie de tal deja de escribir un libro sobre tango o el lenguaje tanguero) el interior los rechaza» («El libro funcional», entrevista a Peña Lillo para el diario *El Mundo*, 13 de febrero de 1966) .

2 Mercado

La necesidad de mirar el mercado tiene que ver entonces con los modos en que fue históricamente posible para la izquierda nacional presentarse como tal. Mirar la izquierda nacional desde la perspectiva del mercado editorial ha sido además sugerido por los propios contemporáneos. En una de las fuentes que analizaremos más adelante con mayor profundidad se afirma que la izquierda nacional no había penetrado mayormente entre la dirigencia gremial «no obstante la profusa propaganda y venta de colecciones como «La Siringa» y «Coyoacán», que prácticamente por los temas y por los precios se han impuesto en el mercado del libro popular» (ACPM, Mesa "Referencia", Legajo 12379). Este mercado en el que los temas y precios explicarían el éxito resulta en un indicio que nos lleva a la pregunta más general por el mercado editorial a comienzos de los sesenta. Y para problematizar divisiones fijas entre «editoriales comerciales» e «ideológicas». El énfasis en el mercado que realizamos se debe también a que permite y permitió una intervención pública, una existencia para los otros, en la que el Estado mismo no estuvo ausente porque la producción de mercados fue realizada (también) por autoridades públicas (Lorenc Valcarce, 2012) especialmente entre 1973 y 1975, del mismo modo que las funciones represivas del Estado parecen haber afectado muy poco la oferta de libros antes de 1976.

Como ha afirmado Edward P. Thompson, el «mercado» es un punto donde se cruzan la historia social, la económica y la intelectual, y es también una metáfora sensible a muchas clases de intercambios (1995, p.309). Si elegimos referirnos al mercado editorial y no a la industria editorial es porque el mercado supone encuentros, no se refiere sólo al crecimiento de la producción editorial, y permite dar cuenta de una serie de problemas a considerar. En el caso particular del mercado de libros, nos sirve para recordar que la obra no llega directamente del autor al lector. La perspectiva del mercado editorial nos permite considerar la búsqueda del público en la materialidad del impreso, la publicidad, las reseñas y otros modos de «cobertura» por parte de la prensa que hacen a la riqueza de la perspectiva elegida.

El mercado es una metáfora para referirnos a un modo particular de vinculación y de institucionalización de esos vínculos, pero además fue tema de debate intelectual en el período que nos ocupa (Gilman, 2001). El éxito de mercado se presentaba como una contradicción: en cuanto se escriben y se publican libros para modificar las conciencias, se espera llegar a un público amplio, esto es, que muchas personas lean y a partir del acto de leer sobrevenga la posibilidad de cambio político (en algunos casos, revolucionario), mientras que la dimensión comercial de esa llegada a las masas, el hecho de que se trata de vender mercancías, se contradice en principio con esa misión. En palabras de Gilman, «sociedad, pueblo y público no eran la misma cosa. La obra literaria era (es) también una mercancía y como tal estaba (y está) vinculada a la sociedad de consumo y a sus modos de manipulación mediáticos». Como ya hemos señalado, esta tensión entre el lucro y la función que se le otorga al libro, hace a la complejidad del período en general y de nuestro objeto en particular. Buscamos pro-

fundizar en los modos de esta contradicción en el período ya que fue percibida como tal por los contemporáneos. Una portada de *Primera Plana* del año 1968 llevaba el título «Editores: la danza de los millones» y la nota dedicada al tema ponía en primer plano la figura del editor. El semanario resaltaba un hecho que se había tornado evidente: «El Verbo tiene raras propiedades: una de las más constantes es hacer olvidar que los libros se compran y se venden, que son también una mercancía.» (citado en Gilman, 2001)

2.1 Dinámicas globales y locales

El mundo editorial a partir de fines de la década de 1950 se caracteriza por la expansión del mercado de libros y del público lector en un nivel general, tan general que se reconoce como tendencia para el mundo entero. Las investigaciones de organismos internacionales como la UNESCO ilustraron el aumento cualitativo de la población de lectores a través de la producción y difusión del libro. Algunas cifras comparativas arrojaban los siguientes resultados a nivel mundial: para 1950 se contabilizaron 230.000 títulos editados, y 2.500.000.000 ejemplares de libros, mientras que para 1966 eran 460.000 los títulos editados y los ejemplares de libros, 7.500.000.000 ("Lectura", en Altamirano y Sarlo, 1980, p.81) El diagnóstico fue que había una «revolución del libro», descrita en un serie de investigaciones de la UNESCO: el libro de Ronald E. Barker de 1956 *Books for All*, el de Robert Escarpit de 1966, *The Book Revolution* y el que estos investigadores publicaron juntos, *The Book Hunger,* en 1973. Estas tres publicaciones nos dan la pauta para pensar a lo largo del período lo que sucedía en Buenos Aires en relación a una escala transnacional. Escarpit notaba que desde la publicación del primer libro al segundo, en una década, se habían transformado los libros, los lectores y la literatura. Para Escarpit hubo una revolución, y fue la del libro *funcional* de bolsillo.

El fenómeno del libro de bolsillo era caracterizado, desde el punto de vista de las novedades de producción, como la de editar «libros funcionales» (Escarpit, 1965, p.8) que representaban una necesidad conocida y reconocida y garantizaban hasta cierto punto la venta de un número considerable de copias, con ello se refería al libro de cocina, pero también a los libros que requerían los estudiantes, tanto escolares como universitarios. Escarpit notaba que las universidades estadounidenses fueron invadidas con *paperbacks,* y habían cambiado los modos de enseñanza e investigación: los manuales científicos ya no eran obras valiosas y singulares para consultar en la sala de la biblioteca - mientras su contenido iba desactualizándose-, sino que ahora los había baratos, eran atractivos sin ser pretenciosos, y accesibles, y por lo tanto los estudiantes los compraban por una modesta suma, así como también las bibliotecas podían ahora ofrecer varias copias del mismo libro. Además, por parte de la oferta, se hacía posible aprovechar la reimpresión para actualizar el contenido.

En el caso del mercado del libro en español, para mediados de la década de 1960 estaba dominado por España, México y Argentina. En 1963 en España se publicaron 8694 títulos originales y en Argentina 3390 (y se imprimieron 29 millones de libros) (Escarpit, 1965, p.17). En el caso argentino, las novedades del mercado de libros pueden resumirse en que «aparecen autores que introducen problemáticas nuevas en directa relación con los intereses de cada sector y también las editoriales se ponen a

tono con los tiempos al desarrollar nuevas modalidades de promoción, divulgación y venta del libro» (Aguado, 2006, p.158). Es decir, se internalizaron las tendencias que se registran globalmente, que incluyen un crecimiento del consumo por parte de los sectores medios que han ampliado su acceso a los bienes culturales como consumidores y productores.

El editor Arturo Peña Lillo fue consultado respecto al fenómeno descrito por Escarpit en el *Correo* de la Unesco por el diario *El Mundo* el 13 de febrero de 1966. El título de la nota periodística fue justamente «El libro funcional». Allí el editor se mostraba de acuerdo con el diagnóstico, afirmando que se compra el libro *herramienta*:

> «Fundamentalmente libros de sociología (recuerdo *Los que mandan*, de Imaz)[10]; libros históricos. Puedo verlo en mi colección «La Siringa» y nuestra *Historia Argentina* de Ernesto Palacio. En nuestro país se ha nacionalizado la masa de lectores. (…) El mito de lo extranjero se ha desinflado».

Notemos a partir de esta observación que el editor considera que los libros que editaba de ensayo histórico formaban parte del fenómeno del libro funcional en cuanto servían para una práctica: la lucha política. Esto se hace más claro cuando agregaba una observación respecto a quiénes el editor percibía como sus lectores, y ponderaba su llegada a las distintas clases sociales. Había una preocupación por la llegada a los sectores obreros, más allá de su creencia sobre quienes efectivamente leen (la clase media):

> «Nuestros lectores son de clase media para arriba -declara P. L.-. Hay un sector, el burocrático, que escucha los cantos de sirena de las organizaciones de crédito, que les ofrecen libros "lindos". Son los que compran libros para no leerlos. *El proletariado en general no lee mucho. Toma decisiones a través de sus organizaciones sindicales.* Recibe una especie de cultura oral que viene de sus dirigentes máximos. Casi nunca conocen las cosas "de primera agua". Hace treinta años teníamos un proletariado politizado que leía a Gorki, Arlt y otros autores. No creo que esto signifique un retroceso. *La gente lee para explicarse las cosas* (salvo el libro pasatista o de ficción). Las organizaciones sindicales, instrumentos del proletariado, obvian algunas explicaciones. Las últimas huelgas nacionales han probado el espíritu solidario de los trabajadores. *Deducimos entonces que saben lo que necesitan saber.*» (El subrayado es mío).

Aquí el editor da cuenta de su preocupación por el proletariado y de la que considera la función del libro y de la lectura, central en su proyecto editorial. Algunos ideologemas respecto a leer libros que podemos reconocer: que la lectura sirve para tomar decisiones, que la lectura sirve para la lucha, que el libro aporta un conocimiento útil para la acción. Estos supuestos sobre el sentido de su práctica conviven en tensión con la dimensión de la edición como negocio, al mercado del libro, que describió a continuación: «En la faz económica debe resaltarse que es difícil conciliar cultura y negocio».

[10]Este libro fue editado por Eudeba en 1964

El editor mencionaba además que se habían nacionalizado los lectores. Nos interesa resaltar que esto mismo se repite en otros casos sincrónicos y ha sido descrito en torno al semanario *Primera Plana*[11] por las investigadoras Alvarado y Rocco Cuzzi, quienes señalan la conformación de un nuevo público lector o la «modernización del público» como caracterización frecuente para la década de 1960 en Argentina, y lo describen a partir de algunas transformaciones fundamentales: la nueva situación sociopolítica creada por los procesos de industrialización, en los que el peronismo primero y el desarrollismo después han jugado un papel preponderante, tuvo como consecuencia un público ampliado, con un poder adquisitivo más «holgado», que fluctuaría entre dos polos, los «flamantes ejecutivos» cuya práctica laboral gira en torno a empresas multinacionales, y por otro, importantes segmentos de la clase media intelectual, cuyo quehacer recibe un reconocimiento mayor que en épocas precedentes. Uno y otro polo aparentemente irreconciliables, estaban emparentados por una característica que los homologaba: la permeabilidad creciente a discursos que tuvieran la marca de la modernidad, fundamentalmente aquellos provenientes del exterior. Fenómeno complejo de internacionalización que supone tanto la incorporación de elementos provenientes del exterior como la posibilidad de exportación visibilizada en el «boom de la literatura latinoamericana». Las autoras se refieren específicamente a la permeabilidad para el psicoanálisis y la sociología que se refleja (también) en las páginas de *Primera Plana*, y, en el terreno literario, la preferencia por autores norteamericanos. Pero en el anverso de la internacionalización, la nacionalización aparece como marca complementaria de la anterior y que también define a la época. Dan cuenta de ello, la preocupación por determinar cómo son los argentinos; la relectura del peronismo de la cual la revista da cuenta publicando una «historia del peronismo»; y el espaldarazo a la industria editorial nombrando al año 1965 como «el año de la literatura nacional» con Leopoldo Marechal en la tapa del número 155 del 26 de octubre de 1965(Alvarado and Rocco-Cuzzi, 1984, p.28).

Otros fenómenos que excedían la lectura particular sobre el libro funcional realizada por Peña Lillo pero que formaba parte de las fórmulas de la publicación masiva, era la reimpresión de obras literarias que ya funcionaban en los sectores cultos. La reimpresión de los clásicos presenta pocos riesgos comerciales en general, y en muchos países inundaron el mercado.[12] En este aspecto la caracterización realizada por Escarpit a nivel global se acerca más a lo que fue *Eudeba* en Buenos Aires entre 1959 y 1966. La Editorial Universitaria de Buenos Aires, bajo la dirección de Boris Spivacow, hizo suyo el título del libro de Ronald E. Barker de 1956, «Libros para todos», expandiendo el espacio de los kioscos, y las ediciones de bolsillo o las ediciones económicas de textos clásicos ilustrados por artistas ya consagrados y a veces emergentes, ocuparon su espacio en bibliotecas familiares tradicionales o en las que entonces se iniciaron.

[11] Semanario de actualidad política y cultural. Aunque en lo político es conservadora, la revista inaugura una nueva concepción periodística en lo profesional, la presentación antisolemne de la noticia, textos agradables de poca extensión que se dirige a un «lector moderno» de clase media. Promueve la modernización cultural, económica y social. Se destaca por dar espacio a múltiples manifestaciones de la cultura. En sus dos primeros años vendió un promedio de 30.000 ejemplares y luego de la ida de su fundador, Jacobo Timerman, un promedio de 70.000 semanales. Lo sustancial fue el éxito de público y la influencia en varios sectores de la sociedad en sus primeros siete años (desde noviembre de 1962 hasta mediados de 1969) (Carman, 2015, pp. 542-543).

[12] Esto también había sido característico del fenómeno de masificación de libros de la primera mitad del siglo XX.

Luego, en 1966, Boris Spivacow creó el *Centro Editor de América Latina* reformulando lo que había sido el lema de Eudeba: «Más libros para más», una mayoría en la que se incluían los lectores del público ampliado que, entre otros fenómenos, protagonizaron el denominado boom de la literatura latinoamericana (Manzoni, 2001). De acuerdo a Jorge A. Rivera, «el extraordinario éxito de venta logrado por el *Martín Fierro* de Eudeba y por sus colecciones de la *Serie del Siglo y Medio* es el testimonio elocuente de un mercado que se elastizaba y nos mostraba, tentadoramente por cierto, sus dimensiones potenciales» (Citado por Saítta, 2004, p.138). El rol de *Eudeba* en la expansión de este mercado es particularmente importante en nuestro análisis para pensar la relación con los proyectos editoriales contemporáneos que nos ocupan, pero también para pensar los cambios en la larga tradición de libros a precios accesibles. Aquí nos inscribimos en la pregunta que ha formulado Sorá sobre las bibliotecas que formaron una nación de lectores. Más específicamente, planteó la necesidad de situar las visiones de Boris Spivacow, el perfil de las elecciones de *Eudeba* y el *CEAL* en relación con las editoriales, las colecciones y los proyectos que se articulan en una genealogía de "bibliotecas" formadoras de una nación de lectores: la *Biblioteca La Nación*, *La Cultura Popular* de José Ingenieros, la *Biblioteca Argentina* de Rojas, *Claridad* de Zamora, el ideario iluminista del socialismo y del comunismo argentinos (Sorá, 2007).

El anuncio en *Primera Plana* del año 1965 como «el año de la literatura nacional» con Leopoldo Marechal en la tapa del número 155 del 26 de octubre de 1965, daba cuenta de una industria que entre 1962 y 1968 vivió una de sus primaveras más significativas al asistir a la multiplicación de empresas, «que en ese período no deben haber sido menos de 30 editoriales» (Alvarado y Rocco-Cuzzi, 1984). Pero de acuerdo a Osvaldo Getino, los años de mayor producción editorial formaron parte de procesos políticos y económicos en los que el Estado sostuvo firmes proyectos de fomento industrial y de desarrollo social. El año 1953 fue el pico más elevado en cuanto a cifras de ejemplares ofertados en el mercado, con un volumen total de casi 51 millones y un promedio de tiraje de 11 mil ejemplares. El otro punto destacado se sitúa en 1974, con casi 50 millones y 10 mil que junto con el anterior fueron los mayores de la industria. Los niveles más bajos, coincidieron con la inestabilidad política y económica. Por ejemplo, 1958, el año de transición entre Aramburu y Frondizi, la producción descendió a apenas 14 millones. El desarrollo de esta industria acompañó a su vez los momentos de expansión económica del país (Getino, 1995, p.46).

En el cuadro general de producción de la industria argentina del libro, la época de mayor producción del sector, así como de ventas locales y de exportación de libros tuvo lugar entre las décadas de 1940 y 1950. Desde entonces y con algunos altibajos, esta linea ha presentado un carácter declinante. Si el volumen de producción total para el período 1950-59 se estimaba en 283 millones de ejemplares, se reduce a 238 millones entre 1960 y 1969, como producto de la inestabilidad económica y política y ausencia de acciones, tanto del Estado como del sector privado para preservar los niveles de desarrollo alcanzados. El nuevo proyecto de industrialización y de desarrollo social que se insinuó a inicios de los 70 volvió a incrementar la producción, la que alcanzó su momento más elevado en 1974 con casi 50 millones de ejemplares editados y un promedio de tiraje -nunca superado en la historia de esta industria- de más de diez mil ejemplares por título. La producción total para 1970-1979 sobrepasó los 312 millones de ejemplares pese a la drástica caída que se inició con la dictadura militar» (Getino, 1995, p.55). Para la década de 1970 el investigador toma como fuente la Dirección

Nacional de Derecho de Autor y da números de tiradas diferentes a las publicadas, por ejemplo, en Clarín en 1975. Pero esto es sólo lo que corresponde a producción, respecto al comercio, el mercado argentino del libro, no existen datos sobre el volumen de ventas de la industria editorial en el mercado interno. Getino afirma que ni el INDEC n la Cámara Argentina del Libro poseen información válida y representativa de las ventas que se efectúan en el país (1995, p.64). Aunque algunos indicios del periodismo de la época marcan que en la venta también se verificaba un fenómeno nuevo, especialmente por su rapidez. Según *Primera Plana*, 1965 era «uno de los años más fecundos de la literatura nacional, no sólo por el aluvión de libros publicados (un 20 por ciento más que 1964) sino también por el ascenso del lector argentino a un estado de madurez que le permite devorar y discutir ávidamente todo lo que publican los autores de este país» (en su editorial de Octubre de 1965). Se referían a una «repentina victoria del libro argentino en su propia tierra», con el ejemplo de *Buenos Aires: vida cotidiana y alienación* de Juan José Sebreli y sus 40.000 copias vendidas. Era ejemplo de uno de los tantos «estallidos».

Aunque el libro sufría estos altibajos, no sucedía lo mismo para otros medios de la palabra escrita: diarios y revistas. En términos de las industrias de publicaciones periódicas -las dedicadas a la producción de medios impresos de aparición regular, o al menos como principal característica-, históricamente, la Argentina ocupó el primer lugar en América Latina en cuanto a consumo de diarios y revistas, llegando a duplicar en la década de 1970 el promedio del consumo en el conjunto de la región. En la primera mitad de la década éste era de 80 diarios cada 1000 personas frente a los 182 cada 1000 en Argentina. Fue también cuando las revistas experimentaron su momento de mayor volumen de producción, alcanzando su pico en 1974 con 135 millones de ejemplares solamente en el Gran Buenos Aires y un total de 450 títulos (Getino, 1995, pp.77-78).

El fin de ciclo se anunciaba ya en 1975. El 10 agosto de 1975, se publicaba en el suplemento económico de Clarín la nota «La menor tirada en treinta y cinco años», señalando que desde la Cámara Argentina del Libro se veía una declinación de la producción desde el año 1971, abarcando el primer lustro de los setenta. Pero el cuadro omite los datos que corresponden a 1974, un dato que tampoco aparece en el cuerpo de la nota, aunque se indica allí que se publicaron 4986 títulos en 1974, y se notaría así que hubo un crecimiento y la abrupta diferencia con los 1000 de promedio pronosticados para el año 1975. Se pasan por alto los efectos del llamado Rodrigazo (que no se menciona) y la consiguiente pérdida de poder adquisitivo de la población. Sin embargo, nos sirve para notar la gran dependencia por parte de la producción del consumo interno, y qué se consumía hasta 1974: en 1975 cayó la producción de novelas, ensayos y literatura en general, siendo los libros técnico-científicos los menos afectados por la crisis. En otras fuentes estadísticas que pudimos comparar, los números no coinciden con los de este gráfico, pero 1974 aparece como el pico más alto del período en tirada promedio, mientras que 1975 marca un descenso brusco que continuará en años posteriores. De acuerdo a Aguado (2006, p.130), el tiraje promedio en 1973 fue de 8914, en 1974 de 10118 y en 1975 de 8086 lo cual coincide en gran medida con los datos que provee Fernández (2006, p.42).

La característica general del período fue entonces la orientación de la producción hacia el mercado interno, una oferta dependiente del poder adquisitivo y por lo tanto de los vaivenes de las políticas económicas argentinas, y el crecimiento o incluso éxito

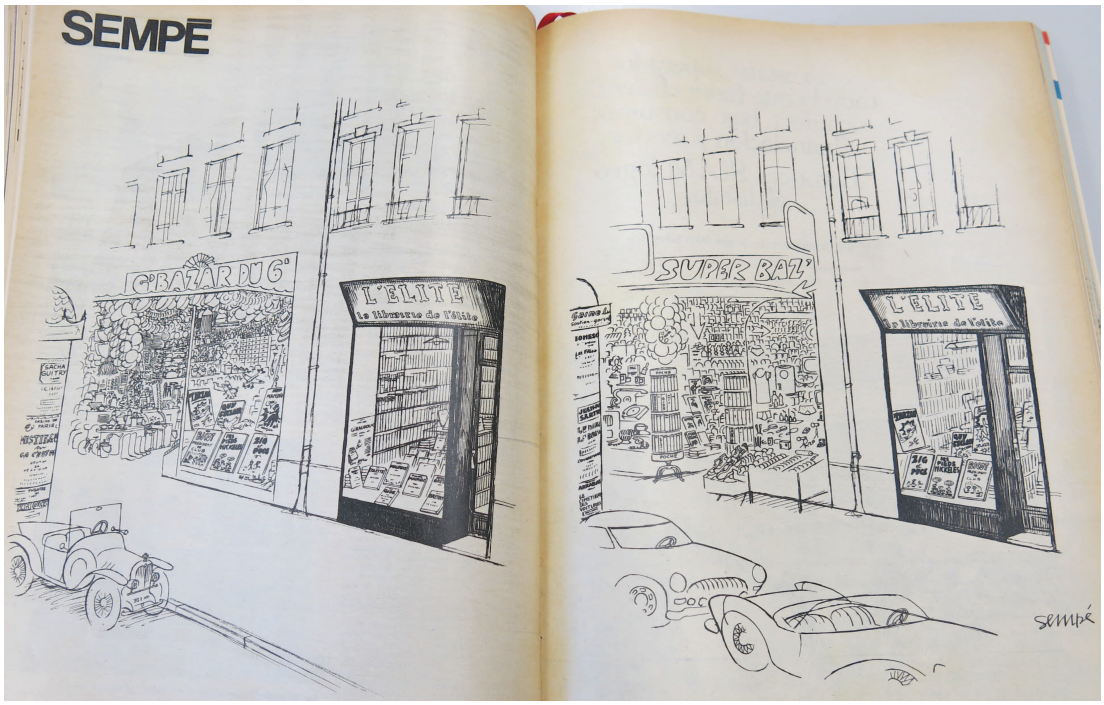

Figura 2.1: Sempé en *Primera Plana* Nº 303, 15 de octubre de 1968

económico de empresas editoriales que supieran identificar el gusto de los argentinos, -o más bien, de los porteños- y no se orientaran al exterior.

La internacionalización entonces no supuso la exportación o la búsqueda de un mercado transnacional sino la incorporación de gustos, de «lo nuevo» en términos de la percepción de cambio o transformación, que se configuraba a partir de la internalización de dinámicas occidentales entendida en el lenguaje de la época como «modernización». Los medios gráficos reflejaron de diversos modos estas representaciones (Mudrovcic, 1999). Uno de los tantos modos era la publicación de dibujos de Sempé -humorista francés- que se reproducían en el semanario *Primera Plana* en la segunda mitad de los sesenta. Este dibujo puede ayudarnos a pensar los cambios en el mercado gráfico a ambos lados del Atlántico, entendiendo que necesariamente vehiculiza lo que llamamos «sentido común» o compartido[13]. (Ver 2.1)

El humor gráfico de Sempé era de estilo reflexivo, orientado a revistas de interés general. ¿Qué puede verse en esta imagen? Tenemos dos edificios contiguos que se repiten en cada página, así como las palabras «bazar» y «élite», que no necesitarían traducción. Podemos inferir que se trata de dos imágenes del mismo lugar en dos tiempos diferentes: a la izquierda el pasado, a la derecha el presente, y se nos invita a comparar, buscar similitudes y diferencias entre dos momentos. Si tomamos los

[13]El humor gráfico es un discurso social. Es obra de un autor, pero está inserto en la prensa de circulación masiva y se vincula con lo cómico. Entre las particularidades de este tipo de discurso debemos señalar que captura fragmentos de ideas, imágenes y opiniones que circulan en otros espacios en que se produce el intercambio social; los transforma y los vuelve a lanzar a la circulación a través de la prensa masiva, alimentando así la producción de aquello que constituye al mismo tiempo su propia materia prima: el flujo de las representaciones sociales. Y lo hace entramando esas redes de representaciones colectivas en el marco de las escenas imaginarias construidas por los humoristas (sean estas referenciales de la realidad o no) (Levin, 2015).

automóviles como indicadores del tiempo, el pasado se ubicaría vagamente durante la existencia del Ford T, entre 1910 y 1930. Para quienes están familiarizados con la literatura francesa, la vidriera de la librería "de la elite" lo confirma: Colette, Mauriac, Breton, Gide son autores publicados durante la primera mitad del siglo XX. ¿Qué sucede con esos autores de un cuadro a otro? Pasaron de ser exhibidos en la vidriera de la librería de la elite a venderse como libros de bolsillo - *poche*- en el bazar, accesibles a la mano mediante dos exhibidores circulares que dejan ver el apellido del autor en el lomo, y un estante en que los libros se ofrecen junto a revistas de actualidad. Hay una mayor cantidad de ejemplares: los apellidos que se repiten lo denotan, y esto también sería una novedad. ¿Por qué o quiénes fueron reemplazados en la vidriera de la librería de elite del presente? Por historietas que antes se ofrecían en el bazar. *Bicot président de club* fue el número 1 de una serie de compilaciones editadas por Hachette en 1926. Este primer álbum fue reeditado por Azur en 1965 con prólogo de Claude Santelli. *Zig et Puce* también era una historieta que había aparecido inicialmente en el Dimanche Ilustré, semanario de L'Excelsior, en 1925. El primer álbum se editó en 1927, comienzo de una larga sucesión de publicaciones de series y compilaciones. *Les Pieds nickelés* fue una historieta pionera, anterior a las demás, creada en 1908 en el N° 9 del semanario L'Épatant. Todas estas historietas fueron populares y ofrecidas durante gran parte del siglo XX, y podríamos considerarlas long-sellers. En el dibujo, estas publicaciones se trasladaron de una vidriera a otra, pasaron de ofrecerse en el kiosco a la librería de la elite. Lo que antes se consideraba un género menor, sub-género de la literatura, o incluso un arte menor respecto a otras formas gráficas como la pintura, y destinado sobre todo a los niños, la «bande dessinée», ganó a partir de la década de 1960 cierta legitimidad y valor.

Pero además de interesarnos por las escenas en dos tiempos que son descriptas, también consideramos que hay un chiste vinculado a dinámicas locales. Convertir el chiste en un objeto de indagación para la historia es al menos complejo y excede los objetivos de la presente investigación, pero diremos aquí que la decisión de los editores de *Primera Plana* de publicar esta viñeta supone que habrá al menos un reconocimiento por parte de los lectores del semanario que las escenas condensan transformaciones análogas en la ciudad de Buenos Aires. Los editores de Primera Plana «entienden el chiste» e intuyen que sus lectores también lo harán. Incluso si no sucede, si no causa gracia, de todos modos fue puesto en circulación bajo ese supuesto.

De acuerdo a Mudrovcic (1999, 299) la proliferación de revistas reflejó el crecimiento moderado y constante de una masa de lectores que en los años sesenta se ensancha horizontal y verticalmente, densificando el campo de lectura, segmentando la oferta cultural e intensificando, en consecuencia, el juego de la competencia y las luchas de legitimación.[14] «Buenos Aires es la única ciudad del mundo donde conviven cuatro revistas de noticias (*Confirmado*, *Análisis*, *Panorama*, *Primera Plana*), junto a cuatro semanarios de interés general (*Así*, *Gente*, *Siete Días*, *Semana Gráfica*). Hoy, las entrelíneas de los diarios son más anchas y dicen más cosas». Buenos Aires y la transformación del espacio, la cultura y el consumo ha sido descrita por (Podalsky, 2004) como la «reformulación de Buenos Aires después de Perón», tanto por los esfuerzos por dejar atrás al peronismo, como por las transformaciones que se habían generado en el período anterior y seguían operando, como la inclusión de nuevas capas sociales

[14]Con un antecedente importante por las carácteristicas similares que tuvo en el período de entreguerras, tal como lo han descrito Eujanian (1999a); Sarlo (1985)

al consumo.

Mirado desde el género ensayo, estas transformaciones afectaron el mercado de libros. Saítta propone dos momentos en que el ensayo ganó preeminencia como modo de pensar lo social: 1930 y 1955. En el período abierto en 1955 en particular, lo porteño deja de homologarse sin más a lo argentino y comienza a complejizarse la mirada sobre Buenos Aires y a acentuarse la diferencia entre Buenos Aires y el interior. Si en los 30 *El hombre que está solo y espera*, el de Corrientes y Esmeralda era el hombre argentino, para su reedición de 1964 José María Rosa agrega en el prefacio que el ensayo era un diagnóstico sobre la soledad y la desesperanza de quienes padecieron la década infame. En agosto de ese mismo año se publicó *Buenos Aires, vida cotidiana y alienación* de Juan José Sebreli, en agosto del año siguiente ya se habían vendido 30000 ejemplares, en octubre se agota la octava edición con 40000 ejemplares vendidos, mientras Sebreli, en sus declaraciones a *Primera Plana*, vincula la lectura del ensayo con la crisis político-social, al tratarse de un análisis que vincula el espacio físico de la ciudad de Buenos Aires con la vida privada de sus habitantes (Saítta, 2004).

2.2 Especializaciones y distinciones entre empresas editoriales

El mapa que ha trazado Gustavo Sorá para el mundo del libro y la edición en los sesenta y setenta (para ocuparse en su caso de las editoriales especializadas en ciencias sociales), tiene a *Eudeba* y *CEAL* de Boris Spivacow ocupando el centro del espacio de editoriales culturales. Como ya lo hemos señalado, hacia un polo de ese espacio se ubicaron, según este esquema, editoriales que privilegiaron apuestas más restringidas a los nuevos especialistas universitarios, como *Paidós*, *Amorrortu*, *Nueva Visión*; y como reacción ante unas disciplinas que surgieron bajo el amparo de un movimiento de reacción universitaria que buscó desperonizar la cultura y la sociedad, en ese período se diferenció un polo opuesto con editoriales al servicio de una "sociología nacional" y de la recuperación del ensayo de cuño histórico. Al frente de éstas se ubicó *Peña Lillo*, sello por donde aparecieron los libros de Hernández Arregui, Ernesto Palacio, Scalabrini Ortiz, y fundamentalmente la obra de Arturo Jauretche. Esta configuración se fue delineando a lo largo de los sesenta (Sorá, 2004, p.283).

Nada tiene de obvio el proceso por el cual se orienta de este modo la identificación de las distintas editoriales entre sí y la diferenciación respecto a otras, por ello es que a lo largo del trabajo buscamos reconstruirlo. La preponderancia que adquiere en el mercado editorial argentino la literatura de ideas o política, estaría hablando de una creciente segmentación del público lector como parte de una de las características más salientes del período (Ribadero, 2014, p.205) Nos interesa entonces volver sobre la relación entre las ideas y los modos en que se ofrecían y vendían en cierto contexto histórico, y reflexionar para ello en primer lugar sobre la noción de «editoriales ideológicas». Según Amelia Aguado (2006, p.131), en el período 1956 – 1975 pudo consolidarse el mercado interno de la industria editorial a pesar de las oscilaciones sufridas por las políticas económicas negativas a nivel estatal debido a una serie de factores. Uno de ellos es el surgimiento de cierto número de empresas «de orientación ideológica definida», tanto de izquierda como de derecha, en las que ubica a *Altamira*, *Pasado y Presente*, y para los «autores peronistas», *Corregidor*, *Plus Ultra*, *Eudeba* (en

1973) y *Peña Lillo*. Una lista que no busca ser exhaustiva, ya que sólo le dedica una nota al pie, a las que podrían agregarse editoriales que menciona en otros pasajes, como *Periferia*, *Theoria*, *La Bastilla*, y *Guadalupe*, y en las que podría incluirse por fuera de Buenos Aires una editorial que no menciona, la *Editorial Biblioteca Vigil* (García, 2013), entre otras editoriales del interior del país.

La distinción entre editoriales ideológicas y comerciales puede pensarse como una percepción de los contemporáneos, y por ello una categoría nativa. Beatriz Sarlo caracterizó en una entrevista a este período como "el momento de las editoriales ideológicas". Según Sarlo, en el momento posterior a 1955 hay un crecimiento verdaderamente impresionante de editoriales independientes "que hoy no podríamos reconocer", entre las que nombra aquellas más cercanas al Partido Comunista como *Lautaro*, *El Ateneo*, *Procyón*, y *Editorial Cartago*. Esta noción de "editoriales ideológicas" está ligada en la mirada de Sarlo a la del "editor intelectual", entendiendo que el oficio del editor era un oficio que estaba mucho más ligado a una profesión intelectual y no a un analista de mercado. El editor era aquél que definía junto con sus propios gustos y junto con sus propios intereses qué es lo que el mercado podía poner a disposición de los eventuales compradores, es decir, «es un momento de editores altamente intelectuales (…) Decían si este libro me parece importante, no hay nada más que pensar, se publica y esto tiene un público, esto tiene sus lectores. En ese sentido, el trabajo del editor era un trabajo muy próximo al campo intelectual» (Erdman, 2005).

Una de las preguntas a responder es cómo y por qué lo que surge como novedad en el período es que empresas de orientación ideológica definida (que ya existían antes y eran de larga tradición) por primera vez contribuyen a «consolidar un mercado interno», es decir, se vuelven comercialmente relevantes. Consideramos que la figura de Peña Lillo y su editorial resulta clave para reflexionar sobre la tensión entre las dimensiones comercial e ideológica en ese contexto, mientras que evaluar esta dinámica nos serviría para señalar qué diferencia a este tipo de empresas editoriales marcadas por la política de aquellas que no lo están. Consideramos necesario señalar aquí que no utilizamos el par dicotómico editorial comercial/editorial ideológica como herramienta de análisis. Pulfer (2015) marca una distinción entre emprendimientos de la izquierda nacional por parte de las organizaciones políticas, por un lado, y la publicación por parte de las empresas comerciales, por otro. En nuestro caso, no continuamos sobre esta hipótesis, sino que nos interesa ver el conjunto de iniciativas para luego indagar en las dimensiones ideológicas y comerciales, y cómo conviven o se distinguen. Es cierto que puede ser útil para señalar diferencias, pero consideramos necesario no estabilizar unas y otras en cada campo, sino más bien buscar qué se esconde detrás de las etiquetas para no perder de vista que lo que puede parecer opuesto puede no serlo y al menos guarda similitudes. Indagar en la dimensión ideológica y comercial del éxito editorial tampoco se considera para confirmar que encontraremos la doble faceta de todo editor- la doble cara de Jano que señalaron Pierre Bourdieu y José Luis De Diego (2015)- sino más bien para reflexionar cómo se interrelacionan en la práctica los fines de lucro con otros tipos de fines, y cómo se relacionan con el éxito.

2.3 La oferta masiva de libros en kioscos

La circulación es masiva pero esto no significa que las masas estén involucradas (Escarpit, 1965). Puede generar confusión si suponemos que «fenómeno masivo» puede traducirse sin más como «mayoría de la población» o que alcanza a *toda* la sociedad. Pueden presentarse reparos a la idea de masividad y considerar que simplemente la práctica de la lectura no es masiva, y menos aún la de libros de historia (Apaza, 2008). Sin embargo, el fenómeno remite a la puesta al alcance para innumerables lectores de obras científicas y literarias, a las que hasta ese momento no habrían tenido acceso, gracias al libro de gran difusión, y a la reducción de las barreras existentes entre los distintos tipos de producción intelectual. El libro de bolsillo difunde a la vez novelas populares, textos de enseñanza, obras clásicas y también manuales técnicos y trabajos de investigación. «No cabe ya, en nuestra época, separar el libro de las demás modalidades de comunicación» afirmaba Escarpit (1972).

La búsqueda del precio más bajo basado en el aumento de la tirada es un modelo de masificación que sigue estando presente hasta hoy en Occidente. Entre sus consecuencias encontramos la tendencia a la concentración (por jugar con las economías de escala) y a una cierta forma de sobreproducción, como también el empuje de las estructuras de distribución (los ejemplares no tardan mucho tiempo en venderse, lo cual plantea problemas a la librería tradicional). La fórmula del libro de bolsillo no es un invento del siglo XX, ya que la combinación pequeño formato-legibilidad-precio se encontraba ya tanto en Aldo Manucio como en los Elzevier. Pero el libro de bolsillo conoció en el siglo XX un éxito sin precedentes, bajo la fórmula del libro engomado y presentado con una portada ilustrada de cartón, de los cuales los *Penguin books* son el ejemplo más conocido (Barbier, 2005, pp. 376-378). La masividad está relacionada con la utilización de los kioscos como forma de comercialización de libros, común para un tipo de propuesta editorial que los editores denominan «coleccionables» En general, los coleccionables tienen dos características básicas: rotación fácil y orientación a lectores menos maduros. Para el canal deben imprimirse muchos más ejemplares que para cualquier otro y su comercialización por este canal contempla siempre en paralelo una intensa campaña de publicidad (De Sagastizábal, 2002, p. 198). Para 1957, se calcularon aproximadamente 1405 puestos de venta en las 50 secciones en que se dividía la ciudad de Buenos Aires. De estos puestos, una gran cantidad se ubicaba en estaciones ferroviarias, en Retiro y subterráneos, en los que podía haber más de un puesto. Desde comienzos de siglo fueron los kioscos de revistas los que pusieron al servicio del lector una multitud de publicaciones, a las que de otro modo les hubiera resultado dificultoso acceder. La librería formaba parte de aquellos espacios destinados a un público más selecto que compartía los mismos gustos y hábitos de lectura, además de los conocimientos necesarios para poder reconocer en la librería o en la biblioteca el material que estaba buscando o la temática que le interesaba. Si el kiosco se presentaba como el medio más apto para acceder a las lecturas, es precisamente porque no le exigía ningún saber especial, además de contar con la ventaja de que el puesto de venta se encontraba más cerca del lugar en el que vivían los consumidores (Eujanian, 1999a, pp. 34-35).

Desde los tiempos de organización del espacio editorial, entre 1900 y 1919, alrededor de los libros se fue configurando un espacio en el cual los diarios y las revistas se convertían en el camino de entrada a la ciudad letrada (De Diego, 2006; Valino-

ti, 2015). Esta ampliación y complejización de públicos y ofertas editoriales, hacían que el mundo de las librerías y bibliotecas del centro de la ciudad, inaccesibles para muchos, se vieran conviviendo con nuevos espacios y proyectos que llevaron el libro a los barrios, y los puestos de diarios se convierten en las nuevas librerías de la esquina, donde, respondiendo a las expectativas de esa nueva masa de lectores, junto a la cercanía espacial se ofrecieron textos de fácil lectura, con diseños llamativos y a precios económicos (Sarlo, 1985). En ese sentido, Romero y Gutiérrez ([1995], 2007) sostienen que esto es fruto de una verdadera empresa cultural, posibilitada por la maduración de ciertos cambios en la vida porteña, así es como en los barrios, donde se va gestando una cultura popular y letrada, constituida por hijos de inmigrantes y las primeras oleadas de migrantes internos, nuevos públicos a los que apuntan los nuevos editores y emprendimientos editoriales de aquel momento: *La Biblioteca de La Nación*, que pone en marcha el primer proyecto del siglo XX pensado para no privar ni al humilde obrero de los libros de su preferencia (1901), luego *La Biblioteca Argentina* (1915-1928) de Ricardo Rojas, *La Cultura Argentina* (1915-1925) de José Ingenieros y las ediciones de la *Cooperativa Editorial Buenos Aires*, (1917-1925) dirigida por Manuel Gálvez. Estos emprendimientos encabezados por intelectuales prestigiosos, que pretendían seleccionar los mejores libros con un afán pedagógico, eran sólo parte de esta transformación de la historia editorial argentina ya que también existía un grupo de ediciones no cuidadas, en forma de folletines, Ediciones mínimas, cuadernos mensuales de ciencia y letras dirigidos por Ernesto Morales y Leopoldo Durán, que contaban con 15 o 20 páginas y se comercializaban al precio de diez centavos. Esta experiencia estimuló la aparición de emprendimientos similares, como *La Novela Semanal* (1917-1922), *El Cuento Ilustrado* (1918), *La novela de hoy* (1918), *La Novela del Día* (1918-1924) *La novela cordobesa* (1919), *La novela elegante* (1919), *Novela nacional* (1920), *Novela de la juventud* (1920), y otras colecciones, que tuvieron auge entre 1917 y 1925 y continuaran durante las décadas siguientes (Valinoti, 2015).

Las décadas siguientes están marcadas por los proyectos de *Tor*, *Claridad* y *Abril* en cuanto la producción masiva de libros y de revistas. En esta larga tradición de oferta de libros en kioscos, *Eudeba* marca un nuevo punto de inflexión, coincidente con el período que nos ocupa.

No sólo la la editorial dependiente de la Universidad de Buenos Aires se posicionó como proveedora de textos para estudiantes, sino que «inundó», ya lo dijimos, el mercado editorial como así también el espacio público. Hacia 1965, los libros de *Eudeba* se vendían en la capital y el interior a través de 830 distribuidoras y librerías, de 40 stands en facultades, de 41 kioscos propios, 7 de ellos en hospitales, por intermedio de 65 concesionarios, 40 vendedores a crédito, 35 comisionistas, 103 puestos de diarios y revistas, y 2 librerías propias (citado en Gociol, 2012; Sorá, 2004, según la memoria de 1965). En palabras de José Luis de Diego, «la cuestión no es tanto que se trataba de un buen proyecto cultural (que lo era, pero también hubo otros) sino de cómo ese proyecto cultural tuvo tanta pregnancia en el mercado» (citado en Gociol, 2012, p. 14). Sin competir con otras ni buscar superar otros emprendimientos dentro de una lógica mercantil: el directorio definió en octubre de 1963 que uno de los objetivos fundamentales era «hacer del libro -instrumento de progreso espiritual y material- un artículo de primera necesidad y para ello recurrió y seguirá recurriendo a todos los mecanismos que, en una u otra forma, sirven para familiarizar al hombre con el libro, para crear en él la necesidad del libro, tal como se le ha creado la necesidad de un

aparato de radio, la heladera o el televisor» (Acta Nº 69 citado en Gociol, 2012, p. 37). Queremos notar esta aparente contradicción entre tratar al libro como mercancía y fomentar su consumo al mismo tiempo que se ignora al lucro como meta. Este esfuerzo por fomentar la producción y el consumo aunque no se busque el lucro tuvo, como ejemplo, y como consecuencia, que la Editorial Biblioteca Vigil de Rosario reciba asesoramiento directo de Boris Spivacow para la edición de colecciones, asistiendo a la preocupación por ofrecer un producto sólido, sensible, significativo y comprensible «para todos» (García, 2013), así como también lograban hacer surgir una familiaridad. Un episodio que pudimos recoger de un informe del ACPM sobre la venta de libros para juntar fondos para los bomberos de Azul da cuenta de la naturalidad con que se consideraba al libro como mercancía fácilmente vendible.

El 4 de marzo de 1963 el jefe del destacamento Azul de bomberos de la provincia de Buenos Aires se dirigió al delegado del Servicio de Informaciones Policiales de la Provincia de Buenos Aires de la Unidad Regional VII solicitando antecedentes de la *Editorial Eudeba* a raíz de que se le había ofrecido realizar una exposición y ventas de libros de la citada editorial, cuyo producido sería destinado a beneficio de la cooperadora del destacamento local de bomberos, que se encontraba empeñada en la compra de una escalera mecánica. La consulta es realizada en previsión de que la citada Editorial fuera de corte comunista o lanzara publicaciones de esa índole. En razón de que en las nóminas de editoriales y publicaciones comunistas existentes en esta delegación no figuraba E.U.D.E.B.A. (sic) y tampoco se tenían otros antecedentes de la misma, es que se solicita «al señor jefe del Dpto. "C" se sirva disponer se me informe si dicha Editorial registra antecedentes comunistas, para así con ello poder asesora al Señor Jefe del Destacamento de Bomberos, si es conveniente o no la realización de la exposición». Se adjunta un prospecto con la nómina de los libros que se presentarán en la exposición. El 7 de marzo se le responde que «en este Servicio no se registran antecedentes de ninguna índole» (ACPM, Mesa Referencia, Legajo 12244). De esta fuente nos interesa resaltar dos elementos: el primero, que los libros eran considerados una mercancía que podía despertar el interés suficiente como para recaudar fondos para la cooperadora de bomberos, marcando la existencia de un mercado muy alejado de los centros universitarios y de sus estudiantes como destinatarios. En segundo, se vislumbra una preocupación de que se trate de una editorial «de corte comunista» a partir del catálogo que se remite junto a la pregunta. Se le está pidiendo al servicio de inteligencia que lea ese catálogo y defina su ideología. La editorial no pertenecía al Partido Comunista y por lo tanto no se encontrara en las listas de editoriales prohibidas, pero la lista de títulos despierta la sospecha de comunismo, aunque no pueda confirmarse. Al menos no todavía, la editorial y su principal impulsor no habían aún captado el interés de los servicios de inteligencia, pero sí lo hará el *Centro Editor de América Latina* y en marzo de 1970 se elabora un informe sobre la situación de *Eudeba* en el traspaso de 1966.

Esa familiaridad o visibilidad de la editorial lograda a comienzos de 1963 se debe en gran parte al éxito de venta del *Martín Fierro* ilustrado por Castagnino[15], lanzado para la venta el 24 de septiembre de 1962.

[15]Pintor y dibujante argentino, nació en Mar del Plata en 1908 y murió en Buenos Aires en 1972. Trabajó con Spilimbergo, Victorica y Gómez Cornet. Fue ayudante de Siqueiros. Se recibió de ingeniero en la Universidad de Buenos Aires. Su obra refleja paisajes de la costa bonaerense, las llanuras pampeanas y las tierras del Norte.

2.4 La disputa por la tradición nacional desde el prisma del mercado editorial

Una de las reediciones más famosas de la obra *Martín Fierro* de José Hernández es la de Eudeba de 1962, acompañada de ilustraciones realizadas por Juan Carlos Castagnino. «El primer batacazo de la editorial», que llegó a vender 250 mil ejemplares. El lanzamiento fue acompañado de una exposición de originales de Castagnino, incluyó una conferencia de prensa, avisos en los diarios, notas en la televisión y en la radio y una mención en el noticiero cinematográfico *Sucesos argentinos* (Gociol, 2012, pp. 34-35).

Primera Plana[16] se ocupó del fenómeno en «Martín Fierro. Cuando la moda literaria coincide con un aporte cultural positivo», recogiendo tanto el proyecto de la editorial como el entusiasmo del público por la oferta a menos de dos meses de su aparición. Con la idea de producir un libro de arte accesible al gran público, se imprimieron diferentes versiones -la edición popular, la especial, de lujo y limitada- como así también se ofrecían las ilustraciones por separado. En veinticinco días se vendieron las 50.000 copias de la primera edición de la versión popular (del 25 de septiembre de 1962) y todavía se hallaba en prensa una nueva tirada de de 70.000 ejemplares cuando salió la nota en *Primera Plana*. De acuerdo a las declaraciones de Spivacow, el éxito es de la editorial, no de Castagnino: «La obra, desde el principio al fin, pertenece a EUDEBA, todos a una, como en Fuenteovejuna. 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» (*Primera Plana*, 20 de noviembre de 1962, p. 44). La nota recuperaba además los modos en que la obra era consumida: «Calcúlase que sumarán centenares las personas que este fin de, año, en lugar de tarjeta de felicitación, recibirán de sus relaciones un primoroso ‹Martín Fierro›»; «llevar descuidadamente un ejemplar bajo el brazo se ha convertido en contraseña de intelectuales, sobre todo en el radio estudiantil cercano a Filosofía y Letras»; «Una farmacia se suscribió a diez ejemplares de la edición para bibliófilos, con el propósito de obsequiárselos a médicos amigos»; «el bibliófilo más famoso de la Argentina, el señor Alejo González Garaño, no había obtenido ninguno y se mostraba terriblemente angustiado»; «sucedió que el ”Martín Fierro” para minorías se vendió también fuera del ambiente de coleccionistas»; «La edición popular fue muy reclamada por cientos de cooperadoras escolares, que deseaban entregarles ”Martín Fierro” a los mejores alumnos en los actos de fin de año»; «El contacto con los lectores laborales suburbanos fue un triunfo. Unos corredores llevaron cientos de ejemplares a fábricas de Berisso y Berazategui. Los obreros se los arrebataron». Y esto sucedía en Buenos Aires, ya que aún «queda el mercado potencial de todo el interior, porque el libro se agotó antes que pudiera salir de Capital Federal y alrededores» (pp. 44-46). El 1 de enero de 1963, el libro estaba en la primera posición de la primera lista de best sellers que publicara *Primera Plana*, y permaneció en la lista por cinco semanas más. El 5 de febrero se anunció que la segunda edición estaba cerca de agotarse y se vislumbraba una tercera de 50.000 copias. No se registraban precedentes de este éxito de ventas (Podalsky, 2004, p.152).

[16] Ya nos hemos referido al semanario en el apartado anterior. Aquí las citas pertenecen al número del 20 de noviembre de 1962, pp. 44-46

La publicación *Cuentistas y Pintores* tuvo un éxito similar combinando textos de autores consagrados con dibujos de artistas contemporáneos en 1963, lo que lleva a afirmar a Podalsky que *Eudeba* había desarrollado la fórmula para libros exitosos uniendo prosa e imagen, ambas de artistas reconocidos (Podalsky, 2004, p.153). Para los propios miembros del directorio, con el *Martín Fierro* primero 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 Nº 69 citado en Gociol, 2012, p. 34). Sin embargo, también es cierto que la práctica de publicar ejemplares ilustrados de la obra de Hernández comienza con la primera edición de *La vuelta de Martín Fierro*, que fue el primer folleto ilustrado, editado en 1879, y continúa hasta ediciones actuales (Lozada, 2012). «Las ediciones ilustradas de la obra son encargadas a artistas plásticos relevantes y constituyen un bien apreciado en bibliotecas públicas y privadas. Publicar un *Martín Fierro* ilustrado implica para la editorial incluir en el proyecto a alguien que pueda con su pincel representar los valores del poema. Ilustrar *Martín Fierro* para el artista plástico seguramente significa asumir el peso enorme de representar la obra literaria que para muchos argentinos es el texto fundamental de nuestras letras» (p.6). La iniciativa no era entonces patrimonio de Eudeba, y al enfocarnos en el período que nos ocupa, vemos que en 1960 Carlos Alonso había ganado el concurso de Emecé para ilustrar el *Martín Fierro*. La tirada comprendió 2.000 ejemplares con 13 litografías y 67 dibujos (Lozada, 2012, p.11). Alonso había sido también considerado para la edición finalmente ilustrada por Castagnino de acuerdo a la citada nota del semanario *Primera Plana* (Podalsky, 2004, p.256). Luego apareció en 1961 un *Martín Fierro* de la Editorial Cultural Argentina. de 626 páginas, ilustrada por Eleodoro Marenco, incluye 76 acuarelas de las cuales 30 son a plena página y 46 ilustran los comienzos del canto; lleva 407 dibujos a pluma en los márgenes de página y finales del canto. Se imprimió en los talleres de Guillermo Kraft; y en 1963 se editó también con litografías de Juan Lamela por Artes Gráficas Raimondi una edición de 94 páginas.

La edición de *Eudeba* de 1962 con dibujos de Juan Carlos Castagnino, tenía 95 páginas y formaba parte de la colección *Serie del Siglo y Medio*. Según Lozada «Para la generación de argentinos que tuvieron entre manos las ediciones de Eudeba, el *Martín Fierro* de Castagnino era la cara del gaucho. Luego de los primeros folletos que gozaron de notable popularidad, esta fue la edición más difundida de la obra». De formato grande (29 x 39 cm.) el libro incluye 10 láminas en papel witsel especial de 170 gr. y una litografía en papel fabriano. A lo largo de la existencia de la editorial tenemos la primera edición de septiembre de 1962 tiró 53.150 ejemplares. La segunda de noviembre de 1962 llegó a 81.000 ejemplares e incluyó las versiones de Santiago Lugones y Carlos Leumann. La tercera de 1963 fue de 50.000 ejemplares. La cuarta de agosto de 1965, que incluyó modificaciones, tiró 12.000 ejemplares. La quinta de diciembre de 1970, según la versión crítica de Ángel Battistessa, tiró 19.707 ejemplares. La sexta de 1972 fue de 20.000 ejemplares (Lozada, 2012, p.14).

Cerramos el período con la edición de 1975 del *Martín Fierro* con ilustraciones de Roberto Páez del *Centro Editor de América Latina*, con 187 páginas. El grabador y dibujante había además ilustrado *El Quijote* al ganar el premio Eudeba 1966 (p.23). Pero poco antes, en 1972, se había celebrado el centenario de la edición original de *El gaucho Martín Fierro*, por lo que además de una última reedición de *Eudeba* existieron iniciativas como el *Martín Fierro/72 Homenaje del Instituto Salesiano de Artes Gráficas*

a José Hernández, editada por este instituto, de 256 páginas, edición en la que el texto completo del poema se acompaña del comentario de «destacadas personalidades de las letras, de la historia y del ensayo como, entre otros Abelardo Arias, León Benarós, Jorge Luís Borges, Fermín Chávez, Marcos Denevi, Raúl González Tuñón, Arturo Jauretche, Rodolfo Puiggrós, José María Rosa, Ernesto Sábato, etc» (p.27). 32 escritores en total, y la obra incluye fotografías de esculturas alusivas al poema, grabados, dibujos y pinturas de un total de 58 artistas plásticos argentinos. La edición constó de 10.000 ejemplares. En la presentación se describe la obra como «expresión de las limitaciones y excelencias de los argentinos», «magistralmente enunciadas». Firmada por los editores, esta presentación de una página al comienzo de la obra aclara además que se habían invitado a los colaboradores «sin discriminaciones ideológicas» para aportar:

> «al gran debate final que sea él la síntesis del verdadero ser argentino. Desechando así la imagen falaz de nuestros preceptos maniqueos, podemos convenir que los hombres que hicieron el país, cualquiera haya sido su actuación o militancia, origen o posición, fueron ante todo, hombres de carne y hueso, con la carga de defectos y virtudes que Hernández señalara».

Evidentemente se proponía la unión o búsqueda de consensos entre posturas que se percibían como antagónicas: «Considera el ISAG que este libro es su mejor aporte a la tarea de construir un país real, sin estériles divisiones en función del pasado, lo que sólo contribuiría a la frustración del destino nacional» [17]

¿Qué divisiones respecto al *Martín Fierro* hubo en esos años que era necesario unir? ¿A qué posiciones contrapuestas hacía referencia esta publicación de 1972? Algunos indicios de esto pueden leerse años antes, con motivo del ya mencionado éxito editorial excepcional del *Martín Fierro* publicado por *Eudeba*. En el periódico *La Montonera*[18], el 13 de noviembre de 1962, puede leerse:

[17]Pudimos acceder a esta presentación en Martín Fierro Interactivo, consultado el 11 de mayo de 2016, en http://fierro.bn.gov.ar/ediciones.php

[18]Órgano del Partido Socialista Popular del partido San Martín, en el conurbano bonaerense. Dirigido por Bruno Strobino, el Secretario de Redacción era Roberto Ióvine, quien era a su vez concejal municipal de San Martín, y fundó el Partido Socialista Popular, considerado trotskista según las crónicas de los diarios pero era en realidad uno de los tantos afiliados al PS desilusionados por la conducción del partido a comienzos de la década de 1960. Ióvine pertenecía más específicamente al Partido Socialista Argentino a partir de 1959, fue Secretario de la Federación Socialista Bonaerense y partidario de «abrir» el Partido al peronismo. Las fuertes resonancias «nacionalistas» y «peronistas» del discurso de Ióvine llevaron a considerar la intervención de la Federación Bonaerense, lo cual equivalía a destituir a su Secretario, considerado como representante de un sector «trotskista» dentro del PSA. Fue finalmente separado del Partido con la anuencia de la *izquierda* del partido. Tortti considera que el dirigente fue influido por la corriente de pensamiento «izquierda nacional». Era uno de los dos diputados del PSA en la Legislatura de Buenos Aires y al día siguiente de renunciar a su banca, Ióvine dijo a Radio Rivadavia que se reivindicaba «socialista con posición nacional», que entendía que el peronismo era un «movimiento obrero, popular y nacional», y que en consecuencia, levantaba las banderas que habían hecho suyas Manuel Ugarte, José Ingenieros, Julio V. González y Alfredo Palacios, LR 12-4-60. Hacia mediados de ese mismo año, el sector de Ióvine dio origen a un PSA «disidente» –el Partido Socialista Popular-, LR 13-8-60 («Carta abierta a Muñiz»). Recién hacia fines de 1960, la Federación Bonaerense del PSA se normalizó al ser elegido Enrique Inda –concejal por La Matanza- como Secretario General. Ióvine produjo su propia escisión al fundar el Partido Socialista Popular(Tortti, 2007). *La Montonera* era quincenal y tipo tabloid, con un tiraje que oscilaba entre los siete mil y diez mil ejemplares distribuidos especialmente

> «Los que repiten hasta el cansancio que hay que colocar a la Universidad al servicio del país y del pueblo, no trepidan en alabar las publicaciones de EUDEBA. Una colección de obras que –salvado su valor culturales la demostración palpable de incomprensión y aún de desprecio por el país. Se han editado multitud de títulos puntillosamente extranjeros y, en cuanto a obras nacionales, una lista de reediciones que poco o nada aportan al esclarecimiento de los problemas nacionales. Culminando esta tarea de desarraigo cultural, un «Martín Fierro» que lo único que agrega es una esmerada impresión y unos dibujos sobre un héroe de Hernández apto para petimetres»[19].

La edición del *Martín Fierro* como parte de una tarea de desarrraigo cultural, da cuenta de que importaba cómo se editaba, con qué intenciones, más allá del texto original. El esclarecimiento de los problemas nacionales no podía encontrarse en *Eudeba*, denunciaba *La Montonera*, pero bajo la suposición de que era asequible mediante libros, que sí podía encontrarse en otras colecciones, y era entonces posible distinguir ediciones que se ocupaban de los problemas nacionales de las que no.

Otro caso en el mismo sentido se publicó en *18 de Marzo*[20] el 5 de febrero de 1963, en la nota «Borges contra Martín Fierro». Se menciona que se ha publicado una edición facsimilar del *Martín Fierro* con prólogo de Jorge Luis Borges y se condena el hecho de que este autor sea prologuista del texto -«¿Qué derecho literario y humano tiene Borges para prologar el poema de Hernández? Creemos que ninguno»-, pero también se lo acusa de empalidecer y tergiversar su significado. Según *18 de marzo*, para Borges, *Martín Fierro* es la historia de un cuchillero del año 74 al que se desgracia con algunas muertes y debe huir de la autoridad, y desestima «toda la circunstancia social». Desde la revista se afirma que Hernández se propuso relatar una realidad social injusta, que Martín Fierro no se desgracia sino por la presión social de los acontecimientos, y que esa presión social estaba constituida por la leva forzosa, la codicia y prepotencia de los favoritos del régimen, y por el régimen mismo, una oligarquía que despoja a los campesinos. Frente a este «obvio» significado del poema, la ceguera de Borges se explica porque él sería el representante en el ámbito literario de esa misma oligarquía opresora. Este sería el motivo por el que tergiversa su sentido, y el modo de hacerlo es reduciendo una tragedia social a una simple crónica policial, lo cual constituye el equivalente literario a mandar la policía contra los huelguistas en

---

en la provincia de Buenos Aires de acuerdo al informe de inteligencia de la provincia de Buenos Aires en CPM – FONDO DIPPBA División Central de Documentación, Registro y Archivo, Mesa "Referencia", Carpeta 7880, Legajo 32, fecha 12 de febrero de 1962. En la publicación se encuentran consignas como «PARTIDO SOCIALISTA POPULAR. De los Socialismos el Único Criollo».

[19] El artículo se titula "Eudeba, Elecciones, FUBA…", *La Montonera*, 13 de noviembre de 1962, recuperado a partir del legajo: CPM – FONDO DIPPBA División Central de Documentación, Registro y Archivo, Mesa "Referencia", Carpeta 7880, Legajo 85.

[20] *18 de Marzo* fue un semanario del peronismo combativo que recuperaba en su nombre la fecha del triunfo electoral de Andrés Framini en la Provincia de Buenos Aires, nunca reconocido por el régimen (18-3-1962). La publicación era dirigida por Mario Valotta, y tenía una sección fija de una página denominada «Por una auténtica cultura nacional de mayorías», en la que parece la nota que citamos. Mario Valotta estuvo ligado con la izquierda a través del Movimiento Universitario Reformista. Fue asesor privado del gobierno del Dr. Arturo Frondizi, a quien repudió públicamente al alejarse de su cargo. Luego de *18 de marzo*, en junio de 1963 comienza a dirigir *Compañero* y a formar parte del Movimiento Revolucionario Peronista (en Baschetti, consultado el 11 de abril de 2016)

el ámbito político. La conclusión general es que para la oligarquía argentina, Martín Fierro no existía como víctima de su régimen sino como peligro de insurgencia que debía ser prontamente «reprimido», del mismo modo que en ese presente los obreros que ocupan Kaiser son considerados cuchilleros de 1963, negándoles su existencia como hombres en lucha, para justificar la represión contra ellos. Esta identificación de Martín Fierro con la realidad del pasado y la del presente también se señalaba en el ensayo de Eduardo Astesano, *Martín Fierro y la justicia social. Primer Manifiesto Revolucionario del Movimiento Obrero Argentino*, editado por *Relevo* en junio de 1963, un análisis sobre el cual se indica en la solapa que «nos describe en profunda radiografía el nacimiento del proletariado rural» a la vez que el «principal protagonista del poema predica sus consejos para la acción política» y «el poema sienta las bases para una acción ilegal de lucha».

Esta lucha por el sentido de *Martín Fierro* se repite en la publicación peronista *Compañero*[21] - como dijimos, continuación de *18 de Marzo*-, el 14 de junio de 1963 en una breve nota titulada «Libros para mayorías» daba cuenta que la Editorial Universitaria de Buenos Aires, después de vender 180.000 copias del *Martín Fierro* ofrecía la serie *Cuentistas y Pintores*. Se reconocía la importancia de lo que *Eudeba* estaba generando, al admitir que era en ese momento la editorial más importante de América Latina, con más de ocho millones de libros en la calle, a precios que generalmente oscilan entre los veinte y cien pesos (Agregamos nosotros aquí que cada ejemplar de *Compañero* salía diez pesos), por lo que constituía quizás el único motivo de orgullo para los argentinos en lo que a entidades oficiales se refiere. Merecía destacarse entonces el éxito de *Eudeba*, pero al mismo tiempo daba lugar a «amargas reflexiones»: Se señalaba en este sentido que *Eudeba* mostraba que los libros valiosos se pueden vender, convertirse en un negocio, que consiguió colocar 180.000 copias de *Martín Fierro*, pero que si bien es una obra fundamental, no es polémica, sino «arqueológica, que todos respetamos». La contracara del éxito de *Eudeba* era «la imposibilidad de que exista en Buenos Aires una editorial que publique libros polémicos, actuales, que se discutan y logren llegar al gran público y que estén respaldados por un gran aparato editorial que permita la creación de este vínculo autor-lector». Esa imposibilidad dependía de «todo este

[21] También dirigida por Mario Valotta, casi idéntica en su estética, y también incluía la sección «Por una auténtica cultura nacional de mayorías». Además de lo señalado respecto a *18 de Marzo*, agregamos aquí que de acuerdo a Raimundo (2001), Valotta, de origen marxista, aunque no se reivindicaba peronista, junto a su grupo de trabajo buscó que *Compañero* sea la expresión de la vertiente combativa del peronismo. El periódico tenía una tirada que pasaba los 30.000 ejemplares, y se distribuía en todo el país. En *Compañero* publicaron Ortega Peña y Duhalde sus notas sobre la historia de las relaciones financieras de la banca argentina con la británica que luego fueron publicadas como el libro *Baring Brothers y la historia política argentina* editado por *Sudestada* en 1968 y reeditado por *A. Peña Lillo* en 1973 y 1974. Desde octubre de 1963 en adelante Ortega Peña y Duhalde colaboraron con el semanario *Compañero*, donde se expresaban posiciones de la JP y de los sectores duros del gremialismo peronista. La revista aparecida en junio del 1963, reivindicó durante un año la figura de Andrés Framini y se transformó en agosto de ese año en el vocero del MRP. Eidelman (2004) ha señalado que la experiencia organizativa más importante del peronismo revolucionario de ese momento fue la creación del Movimiento Revolucionario Peronista (MRP), impulsado original y brevemente por Perón ante la cada vez más abierta independencia de la burocracia sindical y que, en alguna medida, expresó la necesidad de los diferentes grupos de la tendencia revolucionaria del peronismo de dar un salto a nivel organizativo. El congreso de fundación del MRP contó con la presencia de 2.000 delegados. Hacia 1963 Valotta se reivindicaba marxista y había dirigido previamente *Democracia* (Eidelman, 2004, p. 20).

sistema que nos oprime», por lo que «por ahora», se felicitaba a Eudeba por lo hecho «dentro de sus posibilidades». Más allá del diagnóstico de «imposible» la expresión por parte del periodista de *Compañero* nos habla del deseo por parte de la demanda de que exista exactamente esto en el mercado editorial, que no se vislumbraba para quien escribía en 1963.

En 1965, *Martín Fierro* es publicado por *Ediciones Programa* con ilustraciones de Ricardo Carpani.[22] *Ediciones Programa* era una iniciativa asociada a la revista *PROGRAMA para los Estados Unidos Socialistas de América Latina*, ambas dirigidas por Alberto Belloni, sobre la que volveremos más adelante. En la Nota Preliminar de su edición del *Martín Fierro*, la editorial señalaba que la publicación era «el primer intento de encarar el tema desde un ángulo nacional y revolucionario, y con un criterio de totalidad». La novedad radicaba según esta propuesta en que «Carpani ha ido derechamente al fondo del problema». Ya que en versiones anteriores se destacaban la anécdota, el paisaje y el folklore, en vez de lo esencial, esto es, el personaje trágico del gaucho perseguido por el aparato oligárquico, con el fin de «hacer digerible y perdonable en *Martín Fierro* a la oligarquía y a sus secuaces pequeño-burgueses». Con la intervención de Carpani, en cambio, el texto dejaría de evocar sin peligros un tiempo ido para devolverlo a los elementos puros y esenciales de su drama humano. «El gaucho desgraciado y rebelde avanza amenazante desde el fondo de la Pampa o desde los suburbios, luchando por el cumplimiento de nuestro destino nacional». El libro continuaba además con un Prólogo escrito por Rubén Bortnik, que consistía en la historia de los gauchos rioplatenses. En el análisis el autor diferencia al federalismo porteño (similar al unitarismo) del federalismo del resto de las provincias, tomando por lo tanto una postura antirosista. Los exponentes del federalismo que se rescatan son en cambio Vicente Peñaloza y Felipe Varela, y al José Hernández «político», vinculado a esta tradición. Por último, se plantea que el interés perdura por la obra entre los argentinos por su vinculación con la realidad de los trabajadores del campo: el *Martín Fierro* es la expresión de nuestros antagonismos sociales desde la época gloriosa de las guerras nacionales y ha sido adoptado para siempre por los desposeídos

[22] En el relevamiento bibliográfico de Lozada está ausente esta referencia, sólo aparece la edición del Martín Fierro ilustrado por Carpani de 1999, *El gaucho Martín Fierro y La vuelta de Martín Fierro. Con ilustraciones de Ricardo Carpani y una introducción de Rafael Squirru*. Buenos Aires: Ediciones Ayer. 102 p.

Ricardo Carpani nació en 1930 en Tigre, provincia de Buenos Aires. En 1959 fundó el grupo Espartaco integrado por artistas comprometidos con lo social. La fuerza y el dramatismo caracterizan sus dibujos. Realizó murales y una importante obra gráfica para el movimiento obrero argentino. La protesta de los trabajadores, el tango y Martín Fierro fueron sus temas preferidos. Murió en Buenos Aires en 1997. Los dibujos de Carpani de Martín Fierro fueron realizados en grafito y tinta sobre papel. Algunos de ellos son plantillas y bocetos que usó para el mural que se encuentra en la Casa Rosada (Lozada, 2012). Era un artista plástico que, como complemento de su obra visual, escribió distintos ensayos sobre arte, política e historia de la Argentina, desde una «izquierda nacional de resistencia» como él mismo se caracterizaba. Aun cuando colaboró con las agrupaciones más progresistas del peronismo, prefirió alejarse de un compromiso partidario, vinculándose más con las organizaciones de base obrera. Es para ellas que realiza, junto con Di Bianco, murales en distintos sindicatos. La prolífica obra visual de Ricardo Carpani iba en paralelo con su producción escrita sobre el arte y la política. «En rigor, Carpani, como lo deja entrever en su obra y su biografía, concibió el arte como una de las formas de la política» (Soneira, 2014, p. 472), por lo que es casi imposible dividir su producción según el medio expresivo elegido. Entre 1950 y 1986 escribió la mayor parte de sus ensayos, todos publicados en editoriales y periódicos vinculados a agrupaciones políticas (Bonelli Zapata, 2016).

(ya sean los inmigrantes pobres que acompañaron al irigoyenismo en la primera tentativa de limitar el poder de la oligarquía, «los núcleos descendientes de la montonera diezmada», como también los hijos de aquel peonaje irigoyenista que respaldaron las políticas del coronel Perón), es descripto entonces como un verdadero texto político que refleja en sus páginas la explotación del hombre por el hombre, cuyos versos las clases explotadas sienten como propios, ya sean los gauchos acosados por la ley de vagancia o los cabecitas negras «comprendidos como clase en las modernas normas proscriptivas». Es entonces un texto intemporal, pero se le otorga una dimensión futura y revolucionaria a esta homologación pasado-presente: las condiciones de dominación del imperialismo determinaron un desarrollo de tipo combinado que obligan a las clases explotadas a realizar conjuntamente las tareas democráticas irresueltas y las tareas de la Revolución Socialista. En los tiempos que marcan el estallido triunfante de las revoluciones nacionales, los modernos proletarios -hijos de peones, nietos de gauchos- revivirán en jornadas de activa presencia las glorias del pasado histórico, reflejadas en el poema y en la acción militante de José Hernández. «Porque la historia no es sino política del pasado y los gauchos de entonces los descamisados del presente». Se articulan en esta introducción escritura con militancia, realidad con texto, y lectura con activa presencia en las jornadas revolucionarias. El relato histórico condensa de este modo los sentidos otorgados a la intención de reeditar el *Martín Fierro* con ilustraciones de Carpani.

Esas ilustraciones, por otra parte, van acompañadas de algunos versos del poema como epígrafe. Cada ilustración privilegia las expresiones del rostro de Fierro antes que escenas más generales o detalladas (ver 2.2). Los dibujos de Carpani son conocidos y fácilmente identificables por su estética sencilla que privilegiaba a la línea como elemento plástico, destacando las figuras orgánicas del fondo y generando a la vez texturas, luces y sombras, creando un espacio utópico, donde el hombre no era individualizado sino que respondía al ideal del «hombre masa» identificado con las «luchas y aspiraciones de las clases sociales más postergadas» (Carpani, 1961, p. 24) pero también al hombre «maza», que con contundencia «golpea nuestros ojos» (Laclau y Noé, 1994, p. 17 citado en Bonelli, 2016). El de Carpani no es un hombre derrotado, triste e impotente ante la realidad. Es el trabajador contundente, activo, movilizado, que lucha por la justicia. Se constituye en el ideal que rebasa las fronteras de nuestro país para ponerse al servicio de Latinoamérica toda (Maddoni, 2008, p.35). Sus imágenes, menos vinculadas con un realismo social que con un expresionismo monumental, se iban constituyendo como íconos de la resistencia popular y la clase trabajadora. En la producción gráfica de Carpani el dibujo en tinta –generalmente acromático- domina la composición. El texto y su tipografía (a veces a mano alzada) están más que nunca al servicio de la imagen y subordinada a ella. La línea es el elemento plástico por excelencia que estructura y configura planos cerrados con morfologías orgánicas que se destacan fuertemente del fondo. Pero también es cuidadosa trama que describe distintas situaciones de luz en el espacio plástico. Aún en los formatos más pequeños correspondientes a cartelería , ilustraciones y láminas, la solidez de sus personajes mantienen la presencia monumental que exhiben en las pinturas murales. Los rostros y especialmente las manos, ya sea abiertas que guían y conducen, o que se tensionan en puños imponentes que resisten y luchan, se imponen en los primeros planos de las composiciones. Son las partes de la figura humana privilegiadas por el artista donde despliega su maestría expresiva como dibujante al

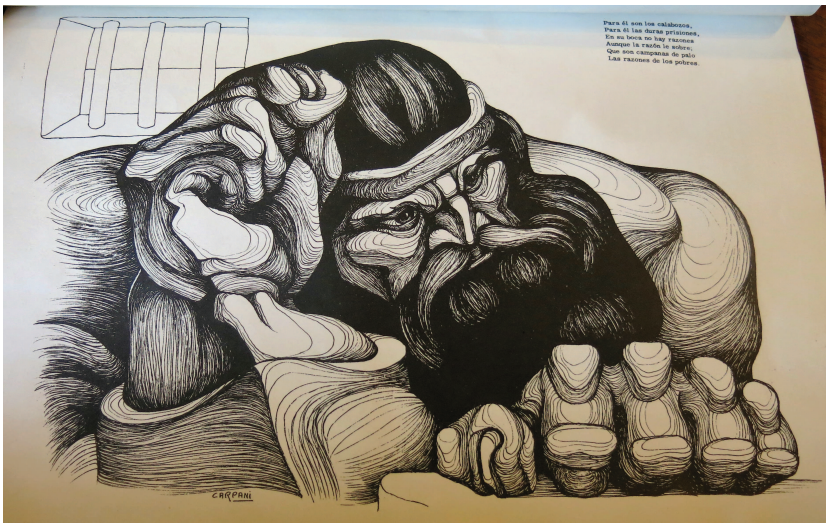

Figura 2.2: El Martín Fierro de Ricardo Carpani (1965)

tiempo que genera centros de interés y ritmos compositivos (p.36).

En la última página de este *Martín Fierro* se describen los modos de presentación de la obra que se terminó de imprimir el 30 de abril de 1965, en tres ediciones: edición popular, en papel obra; carpeta, que incluye diez láminas impresas en offset y numeradas, hasta la 150; y edición especial de lujo para bibliófilos, cinco ejemplares (A a E) con 10 laminas a toda página en papel Fabriano, conteniendo dos dibujos originales, además de uno original que no integra las otras ediciones, y cinco ejemplares (1 a 5) conteniendo dos dibujos originales, se aclara que «Toda la edición ha sido cuidada en su aspecto artístico y gráfico por Ricardo Carpani». El caso del *Martín Fierro* nos permite vislumbrar entonces que más allá del contenido, del texto mismo, encontramos una preocupación por cómo se presentan los textos, qué sentidos se le anexan, cierta conciencia de la necesidad de ofrecer modos de leer, y que los modos de acceso a los textos tenían un lugar relevante en la disputa por el sentido histórico de las luchas políticas del presente.

Además, la colección *La Siringa* de *A. Peña Lillo*, de la que nos ocuparemos más adelante, ofrecía varias obras vinculadas a la «tradición popular», que el editor llama «motivos populares» - el tango y el lunfardo-, identificados en los textos con la noción de «poesía popular» y la gauchesca, enfatizando las continuidades entre habla gauchesca y habla popular porteña. La recuperación de una tradición popular formaba parte de los esfuerzos de las editoriales vinculadas a la izquierda nacional, disputando el sentido de otras representaciones de la realidad social contemporáneas.

3 Editoriales de la izquierda nacional

3.1 La izquierda nacional en el mercado

En un informe de los servicios de inteligencia se describe la «izquierda nacional» de la siguiente manera:

> «Solamente en esta jurisdicción actúa y ha penetrado bastante en el sector joven del peronismo, la línea trotzkista (sic) del Socialismo de la Izquierda Nacional, que dirigen —– y el historiador ——[23], quienes han historiado la marcha del peronismo y tratan de realizar juntos un partido de izquierda con arraigo nacional, independiente de los dictados de Moscú, o sea excluyendo de la dirección a los comunistas, sindicados como Stalinistas, significando con ello, el poder sin freno de Stalin y la regimentación del pueblo, sin posibilidades de debatir los problemas comunes, dirigidos por una sórdida burocracia".-Cabe destacar que dicha penetración se manifiesta en el campo universitario.-»

Respecto a la penetración entre los trabajadores:

> «Su importancia es relativa, solamente en el campo teórico, ya que como se manifestara antecedentemente, tratan de complementar la práctica de las clases obreras, en especial del peronismo, con una teoría general de la izquierda, pero sin que en los dirigentes gremiales penetre mayormente, no obstante la profusa propaganda y venta de colecciones como ‹La Siringa› y ‹Coyoacán›, que prácticamente por los temas y por los precios se han impuesto en el mercado del libro popular.» (CPM – FONDO DIPPBA División Central de Documentación, Registro y Archivo, Mesa "Referencia", Legajo 12379).

La izquierda nacional es entonces en esta definición un esfuerzo por arraigar la izquierda en la nación, cercana al peronismo y por fuera del comunismo, que sólo logra interlocutores - al menos por fuera del campo universitario- a través del mercado de libros populares con las colecciones *La Siringa* y *Coyoacán*.

Esta observación por parte de quienes produjeron inteligencia respecto a la izquierda nacional nos lleva a las preguntas sociológicas sobre de qué se trataban estas colecciones, quiénes las sostenían y cómo, y por qué se afirma que se han impuesto en el mercado del libro popular. En el análisis tomaremos en cuenta los puntos de partida

[23] Recordamos aquí que los nombres de las personas sobre las que se producía inteligencia no son publicados por el ACPM.

compartidos por ambos proyectos, y las características formales que las asemejan y diferencian - el nombre y el catálogo.

La Siringa fue una iniciativa conjunta de Jorge Abelardo Ramos y Arturo Peña Lillo, hasta que el primero se separó del proyecto y comenzó uno propio, *Coyoacán*. Coincidieron en el tiempo que duró esta última, entre 1960 y 1963, mientras que *La Siringa* comenzó antes y terminó después: se publicó entre 1959 y 1966. Las colecciones estaban conformadas por breves ensayos que abarcaban problemáticas históricas y político-culturales, en un formato de libro de bolsillo a precios económicos. Coincidieron varios autores que publicaron sus ensayos en ambas: Arturo Jauretche, Alberto Methol Ferré, Jorge Abelardo Ramos, Eduardo Astesano, Alberto Belloni, y dos que se contemplaron para *La Siringa* y finalmente publicaron en *Coyoacán*, Jorge Enea Spilimbergo y Ricardo Carpani.

La primera se llamaba «La Siringa» en homenaje a José Ingenieros. La Syringa había sido un grupo fundado por José Ingenieros en 1897, y Arturo Peña Lillo entendía retrospectivamente que la decisión de tomar este nombre era un homenaje a José Ingenieros «que no ha sido tenido en cuenta» pero «fue de los primeros que hablaba de la integración latinoamericana»[24]. En otro reportaje, el editor recuerda: «Fundo una colección La Siringa. En homenaje, porque yo siempre fui un admirador, un hincha, de José Ingenieros. Y La Siringa fue un núcleo también fumista, que se la pasaba tomándole el pelo a la gente. En esa colección vamos sacando toda la problemática del momento. La energía, la luz eléctrica, todo…».[25] Volveremos luego sobre este «todo» pero en síntesis, de acuerdo a los testimonios que Peña Lillo ha dejado sobre su trayectoria, la figura de José Ingenieros nos remite a su propia biblioteca[26], a partir de la cual entendía la tradición de pensamiento de izquierda y latinoamericano, filiando sus esfuerzos a los del antiimperialismo de entreguerra. Darío Pulfer (2015) recupera que Peña Lillo hiciera un homenaje a Ingenieros y agrega además que la figura era tratada con respeto por parte de Ramos, siguiendo la huella de Ugarte; que lo rescataba en el marco del socialismo argentino y del ideal latinoamericanista, y que lo mismo hará Arturo Peña Lillo. El juego de espejos con José Ingenieros se amplía más aún si recordamos que el intelectual de entreguerras había sido el editor de la colección *La Cultura Argentina* entre 1915 y 1925. Cuando Peña Lillo describe *La Cultura Argentina*,

[24] Archivo de Video en línea, YouTube, 4 de octubre de 2012. Obtenido de http://www.youtube.com/watch?v=HiYFh7a-Qgg Consultado el 05 de septiembre de 2013. [Entrevista a Arturo Peña Lillo del 5 de febrero de 2002 por Gustavo Gargiulo]

[25] Entrevista por Felipe Pigna «Lo Pasado pensado. Entrevista a Peña Lillo. Parte 3 de 4». Archivo de Video en línea, YouTube, Obtenido de https://www.youtube.com/watch?v=bgCNuVUzfZ8 Consultado el 09 de abril de 2015

[26] Peña Lillo en otra oportunidad afirma haber comprendido el objeto de la filosofía a partir de la lectura de *Proposiciones relativas al porvenir de la filosofía*, tesis que realizó José Ingenieros para optar al doctorado (Peña Lillo, 2004, p. 20). Esta familiaridad puede relacionarse con sus comienzos en el mundo editorial, ya que recuerda que una de sus primeras experiencias como obrero gráfico fue en la imprenta Rosso y «J. L. Rosso era la imprenta donde se había publicado toda la colección de José Ingenieros», en Lo Pasado Pensado - Arturo Peña Lillo - 2007 (1 de 4) por Felipe Pigna. Acceso: 9 de abril de 2015. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=r5mu03UM5q8. En 1925, con la muerte de Ingenieros, su impresor Lorenzo J. Rosso, continuó reimprimiendo la mayor parte de sus títulos hasta 1939 en el marco de una nueva serie que tituló *La Cultura Popular*. Rivera señala que existe una continuidad entre los dos proyectos, con la presencia de los mismos textos canónicos y positivistas, con algunos poetas románticos tardíos, autores con arraigo popular o escritores de memorias (Valinoti, 2015).

el proyecto de José Ingenieros junto a Severo Vaccaro, la caracterizaba como «la más hermosa aventura editorial de principios de siglo veinte». Y rescataba de un artículo periodístico de Luis Soler Cañas el mérito de haber superado el centenar de títulos, más de cuarenta de ellos reeditados en la propia colección y algunos en ediciones de 20.000, 25.000 y 35.000 ejemplares(Peña Lillo, 1965, pp. 22-23).

Al analizar el catálogo de la colección *La Siringa* podemos identificar tres ejes que estaban entrelazados en la práctica. Un primer grupo los libros que desde el título muestran una preocupación por el análisis histórico, son los ensayos de interpretación histórica: 1. *Historia política del Ejército Argentino. De la Logia Lautaro a la industria pesada*, por Jorge Abelardo Ramos; 3. *Política Nacional y Revisionismo Histórico*, por Arturo Jauretche; 4. *Del Anarquismo al Peronismo. Historia del movimiento obrero argentino*, por Alberto Belloni; 5. *La historia falsificada*. -3a. ed.-, por Ernesto Palacio; 7. *La Crisis del Uruguay y el Imperio Británico*, por Alberto Methol Ferré; 9. *Rosas: bases del nacionalismo popular*, por Eduardo Astesano; 11. *El pronunciamiento de Urquiza a través de los documentos diplomáticos brasileños y orientales*, por José María Rosa; 14. *Alberdi y el Mitrismo*, por Fermín Chávez; 16. *Sarmiento. Mito y realidad*, por Marcos Rivas; 20. *Testigos y Actores de La Triple Alianza*, por Elías Giménez Vega; 26. *Imperialismo y comercio libre*, por Luis C. Alén Lascano; 30. *San Martín. Los unitarios y Federales*, por Eros Nicola Siri; 34. *El asesinato de Dorrego; poder, oligarquía y penetración extranjera en el Río de la Plata*, por Rodolfo Ortega Peña y Eduardo Luis Duhalde. En general, se trata de autores vinculados al Instituto Rosas, y de temas de historia política nacional.

Un segundo grupo que podría definirse como el que se ocupa de la «tradición popular», lo que el editor llama «motivos populares» - el tango y el lunfardo-, identificados en las obras con la noción de «poesía popular» y la gauchesca, son: 6. *Breve diccionario lunfardo*, por José Gobello y Luciano Payet; 12. *El tango. Su historia y su evolución*, por Horacio Ferrer; 17. *La poesía dialectal porteña. Versos rantes*, por Álvaro Yunque; 21. *Vida de Martín Fierro*, por Elías Giménez Vega; 23. *Verdad y Mentira de la Literatura Argentina*, por Arturo Cambours Ocampo; 27. *Poesía gauchesca rioplatense popular y culta*, por Fernando Casullo; 28. *Poemas del bajo fondo (viento que lleva y trae)*, por Enrique Cadícamo; 29. *Gardel, mito- realidad. Ubicación y antología*, por Jorge Couselo y Osiris Chierico; 33. *Indagación del porteño (A través de su lenguaje)*, por Carlos Alberto Giuria; 35. *De la mala vida porteña*, por Rodolfo Kusch; 36. *Historia de la Orquesta Típica. Evolución Instrumental del Tango*, por Luis Adolfo Sierra.

En el prólogo al libro *Gardel mito – realidad*, los editores constatan «la dimensión literaria que han tomado en los últimos tiempos los motivos populares un tanto superados por el tiempo, como es el compadrito, la lunfardía y el tango». Esto podría indicar simplemente que existen motivaciones comerciales de presentar temas de moda en el segmento de consumidores de libros al cual la editorial se dirige. Pero por otro, se afirma que el escritor al abordar estos temas realiza un rescate que consiste en «la constatación de un hecho, de un momento de la historia del país». Se presenta el abordaje de estos temas como parte de la historia nacional y como un compromiso con la realidad social de las capas inferiores de la sociedad. "En esta labor existe una nostalgia del pasado. Nunca una reivindicación. Es una búsqueda del tiempo perdido, pero jamás un anhelo de que así sea nuestra realidad social". «Nostalgia» sin reivindicación ni anhelo: nos habla de lo difícil de encuadrar este tipo de aproximaciones al pasado dentro de la colección, afirmando implícitamente que se busca que «nuestra

realidad social» tome inspiración del presente o del futuro, no de una tradición popular «perdida». Este prólogo de los editores vincula los motivos populares, su éxito de público y cierta nostalgia por el pasado nacional, como modo de entender el ser argentino.[27]

Y por último, un tercer grupo de ensayos "de actualidad", o de intervención sobre temas o problemas que suscitaban debates en la esfera pública durante el período. Los ensayos que intervenían en las problemáticas propias de la coyuntura en que se editan los libros son: 2. *Frigerio y la traición de la burguesía industrial*, por Esteban Rey; 8. *Electricidad y liberación nacional: el caso S.E.G.B.A.*, por Jorge Del Río; 10. *El régimen de las asociaciones profesionales*, por Salvador Lozada; 13. *La Reforma Agraria*, por Pedro de Paoli; 15. *Nasser: soldado de la revolución nacional*, por Raúl Jassen; 18. *Frustraciones y realidades políticas en Latinoamérica. Del Apra al MNR*, por Carlos Valenzuela; 19. *La Patria Boba*, por Luis Alberto Cousillas; 22. *Grupos De Presión. Factores De Poder*, por Germán Bidart Campos; 24. *Scalabrini Ortiz, el hombre que estuvo solo*, por Enrique Barés; 25. *Coexistencia pacífica y revolución*, por Isaac Libenson; 31. *Los encantadores de serpientes: mundo y submundo del libro*, por Arturo Peña Lillo; 32. *Cara y ceca de Lenin. Una nueva Argentina para un nuevo mundo*, por Isaac Libenson. Este conjunto, el más heterogéneo, lo constituye aquél marcado por las coyunturas en que se iban editando los libros, y que más claramente responde a criterios de venta aunque no esté ausente lo ideológico. Es decir, podemos rastrear ya desde los títulos, preocupaciones político-culturales y debates contemporáneos: la traición Frondizi; la solución de una controversia con la distribuidora de electricidad CADE, que desembocó en la creación de SEGBA; un análisis de la Ley de Asociaciones Profesionales de 1958 que reconoce únicamente al sindicato centralizado como interlocutor frente al Estado y las empresas; los movimientos de descolonización resumidos en la figura del líder egipcio Gamal Abdel Nasser; la necesidad de llevar adelante una reforma agraria; impresiones de viaje de un periodista sobre el gobierno del Movimiento Nacionalista Revolucionario en Bolivia; la "moda" de ciertos conceptos: "grupos de presión" y "factores de poder"; un homenaje a Scalabrini Ortiz con motivo de su reciente fallecimiento; la Guerra Fría (resumida en la dicotomía coexistencia pacífica y revolución); la masividad del libro como mercancía; dan cuenta de que desde la edición se intuía un destinatario al tanto de lo que estaba sucediendo en el campo político cultural, podríamos decir relativamente actualizado en los temas y debates político-ideológicos del momento.

Este recorrido por el catálogo de la colección nos permite atender el hecho de que había una preocupación por la identidad argentina, su proyección latinoamericana y las transformaciones ocurridas y que se esperaba ocurrirían.

Mientras que para la editorial *Coyoacán*, tenemos el nombre «Coyoacán», que formando parte de la construcción de un mundo de referencias, nos remite a un editor que se sigue pensando trotskista. Lamentablemente no contamos con testimonios directos sobre la decisión de dar ese nombre a la editorial, pero se trata del suburbio mexicano donde Trotsky pasa los últimos años de su vida, que probablemente mantenga una doble referencia, tanto al líder, como a su estadía en Latinoamérica. Su hija

[27]Esta dimensión se vincula a lo que hemos visto en el apartado anterior respecto al éxito del *Martín Fierro* y los sentidos en disputa que se otorgaban a la obra. Recuperar el «sentido verdadero» del *Martín Fierro* redundaba en recuperar de la historia de las clases populares argentinas, a través de su oralidad.

Laura Ramos indica que sus padres[28] «habían tomado el nombre del distrito donde se ubicaba la casa de León Trotsky en México»,(Ramos, en Regali, 2012, pp. 550-551)

En cuanto al catálogo, en palabras del editor, «sacamos cuarenta títulos de Coyoacán, unos libros chiquititos, donde está todo, la Virgen María, Lenin, Herrera, Jauretche, todo, todo, todo.» (en Informe de Jorge Abelardo Ramos del 27-08-94 en el encuentro del Movimiento Patriótico de Liberación, citado en Pulfer (2015)) En *Coyoacán* está todo. Esta descripción realizada por su editor, si bien es retrospectiva, nos remite al modelo de editor que tiene la intención de abarcar en un conjunto de libros la totalidad de un universo de lecturas. La concepción de colección como biblioteca universal sigue operando aunque remita a un universo específico, el universo de la izquierda nacional. Hubo treinta y ocho títulos, algunos de ellos producidos con anterioridad o reediciones. Podríamos distinguir entre los títulos las reediciones del pensamiento marxista, de cierta noción de los «clásicos» del marxismo siguiendo un criterio por fuera (o en contra) de las directivas soviéticas: 1- *La cuestión judía*, por Carlos Marx, 12- *Socialismo utópico y socialismo científico*, por Federico Engels, 16- *La revolución rusa y la burocracia soviética*, por León Trotsky y del mismo autor 24- *Por los Estados Unidos Socialistas de América Latina*; 27- *Marxismo y antimarxismo*, por Carlos Kautsky, 33- *El proletariado y la revolución democrática*, por V. I. Lenin y 36 y 37- *La revolución permanente*, por León Trotsky en dos tomos. Otra vertiente podría ser de análisis de la realidad latinoamericana contemporánea a través de intelectuales con quien Ramos había conformado redes a escala regional, especialmente con intelectuales uruguayos: 4- *La izquierda nacional en Argentina* de Alberto Methol Ferré, 7- *El imperialismo en el Río de la Plata*, por Vivian Trías; 11-*Burguesía y proletariado en el nacionalismo brasileño*, por Helio Jaguaribe: 15- *Uruguay: ¿provincia o nación?*, por Roberto Ares Pons; 34- *Imperialismo y angustia*, por Claudio de Araujo Lima; 35- *Las inversiones extranjeras en América Latina*, por Carlos Montenegro; Otro grupo estaría conformado por reediciones que conforman una tradición de intelectuales argentinos: 5- *El Paso de los Libres*, por Arturo Jauretche; 8- *La Patria Grande*, por Manuel Ugarte; 10- *Mitre al desnudo*, por Juan Bautista Alberdi; 14- *Las guerras civiles argentinas*, por Juan Álvarez, 28- *La reconstrucción de Hispanoamérica*, por Manuel Ugarte; 31- *Vida del Chacho*, por José Hernández. Y se encuentran también las obras de autores de su círculo más cercano y de Ramos mismo (el llamado grupo de Ramos y otros allegados): 2- *Arte y Revolución en América Latina*, de Ricardo Carpani; 3- *Juan B. Justo y el socialismo cipayo*, por Jorge E. Spilimbergo; 6- *Pro y contra de Alberdi*, por Luis Alberto Murray; 9-*Prosa de hacha y tiza*, por Arturo Jauretche; 17- *Crisis y resurrección de la literatura argentina*, por Jorge Abelardo Ramos; 18- *San Martín y el origen del capitalismo argentino*, por Eduardo Astesano; 29- *Peronismo y socialismo nacional* por Alberto Belloni; 32-*La política en el arte* por Ricardo Carpani; 38- *Mariano Moreno y la revolución nacional*, por Norberto Galasso. Ribadero (2014) afirma que el imperialismo y sus efectos en América Latina fue uno de los temas principales que dio sentido a toda la colección de la editorial *Coyoacán*, y es evidente que la dimensión latinoamericana tiene un peso mayor que en *La Siringa*, con sólo tomar el dato de los autores. Un punto a considerar sobre el rol del editor es un episodio que reconstruye Ribadero.

[28]Laura Ramos recuerda a la editorial como una iniciativa tanto de su padre como de su madre, Fabi Carvallo, vinculada a las dificultades de la economía familiar. En su relato, la esposa de Ramos se hacía cargo de la distribución: «los vendía a las distribuidoras, a las librerías, y en las épocas duras, también de puerta en puerta» (Ramos, en Regali, 2012, p.551)

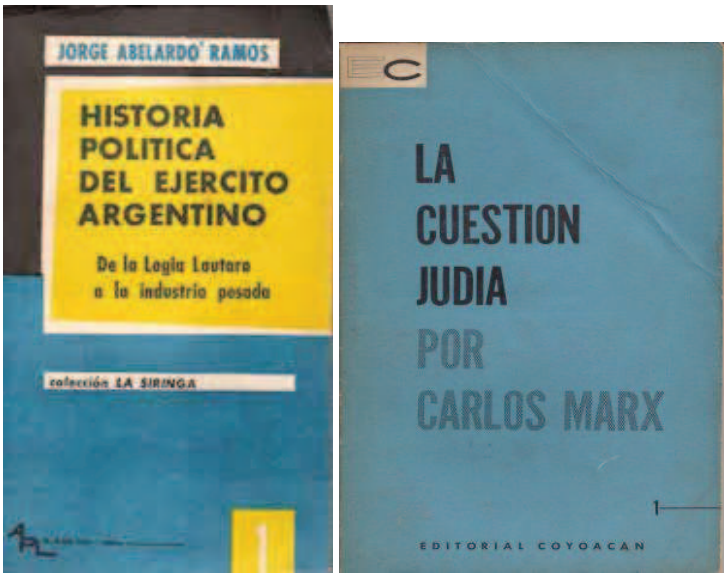

Figura 3.1: Números 1 de *La Siringa* y *Coyoacán*

La traducción del libro de Jaguaribe estuvo a cargo de Lidia Abelenda, una conocida de Methol Ferré. Fue también a través de ese mismo contacto que *Coyoacán* pudo traducir otro libro: *Imperialismo y Angustia* del psiquiatra y sociólogo brasilero Claudio de Araújo Lima. En enero de 1962, Methol Ferré le envió finalmente el texto traducido pero le realiza una observación sobre la conveniencia de su publicación: «He leído el librito del brasilero y me parece prudente que lo leas antes de imprimirlo. Lo único bueno que tiene es el título. Es un hombre curioso, pues si ideológicamente usa elementos de la crítica marxista al imperialismo, existencialmente es un conservador»[29]. Es importante notar que Methol le indica a Ramos que lea el libro y no sólo se guie con el título. Puede significar que para el editor habitualmente el contenido era menos importante que el vínculo con el autor y la inclusión del título en el catálogo de su editorial. Ribadero agrega que a pesar de estas consideraciones de su amigo uruguayo, Ramos publicó el libro de Araújo de Lima con una autorización específica por parte del autor y con un prólogo en el cual se recogen los señalamientos hechos por Methol Ferré. Se consideraba que su estudio aborda «uno de los temas más apasionantes de la realidad continental: los efectos que la penetración imperialista ejerce en la 'superestructura' de la sociedad brasileña». Pese a advertir los «elementos [de] 'nacionalismo tradicional anacrónico'» que sus páginas apadrinaban, evaluaba que su aparición es una «contribución al esclarecimiento del estilo de existencia en las ciudades-puertos de las semicolonias» (Ribadero, 2014, pp. 204-205). Lo cual le sirve para enfatizar en la importancia del imperialismo como tema. Y resulta muy sugestivo respecto a los criterios del editor en el momento de la selección.

[29] Carta de Alberto Methol Ferré a Jorge Abelardo Ramos, Montevideo, 23 de enero de 1962. Disponible en: http://jorgeabelardoramos.com/carta.php?id=117 Acceso: 20 de abril de 2015.

3.2 Los proyectos efímeros de la izquierda nacional: *Hachea* de Hernández Arregui, *Relevo* de Eduardo Astesano, y *Programa* de Alberto Belloni

Nuestro mapeo como ya hemos visto se guía por dos elementos principales que se definen por decisión editorial: el nombre y el catálogo[30] (Genette, 2001). Consideramos importante ocuparnos de los nombres de las editoriales y dar cuenta -en los casos en los que es posible- de las razones de la elección, dentro del esfuerzo por entender que las especializaciones del mercado editorial, tal como lo hemos reconstruido en el capítulo 2, hacían posible relacionar ese nombre a un sistema de ideas o redes de sentidos que lo incluía. ¿Se leía en aquel contexto el nombre de una editorial o colección? En *Compañero* Nº 62, 1 de septiembre de 1964 se afirmaba que «El nombre de una editorial muchas veces tiene una significación que trasciende un simple rótulo, un burocrático membrete, para proyectarse raudamente como la individualización de una determinada y precisa ideología» Aunque esta caracterización se usaba para denunciar la editorial *Desarrollo*, «singular aventura editorial patrocinada por capitales frigeristas», nos da la pauta de que no es vano reconstruir los modos en que podía leerse el nombre de una editorial. *Compañero* comenzaba así su reseña del libro *La noche de la alianza*, de Félix Luna.

Los proyectos editoriales iban frecuentemente acompañando revistas y reforzando la diversidad de proyectos dentro de la izquierda nacional. En 1965, Peña Lillo señalaba que «La llamada izquierda nacional tiene un periodismo difuso que a ratos se expresa en ‹Relevo›, otras en ‹Compañero›, ‹Lucha Obrera› o en revistas que nacen y mueren prematuramente; pero, de cualquier modo, es significativo que una actitud política no tenga un órgano oficial exclusivo; lo que supone que es un poco de todos» (Peña Lillo, 1965, p.61).

También tenemos el caso de la editorial en que Juan José Hernández Arregui publicó gran parte de sus ensayos, *Hachea*, creada por él mismo y cuyo nombre se forma a partir de «H» y «A», las iniciales del apellido del autor. De acuerdo a Arturo Peña Lillo, él tuvo intenciones de ser su editor pero no pudo conseguirlo por la desconfianza de Hernández Arregui, lamentando «las largas discusiones previas para convenir la publicación del libro que estaba terminando, *Formación de la conciencia nacional*, hasta que, para librarlo de toda sospecha, le propuse que él redactara el contrato de edición (...) Por fin, no fue editado por mí. Hernández Arregui recurrió a unos bonos pre-venta que repartió ente sus relaciones y por anticipado tuvo el capital para financiar la obra que posteriormente entregaría a sus adquirientes» (Peña Lillo, 2004, p.73). Un modelo de edición propio del siglo XIX, si recordamos la «suscripción» o venta anticipada (Eujanian, 1999b), que aquí se une al «libro de autor», Hernández Arregui editándose a sí mismo (ver 3.2)

El autor/editor luego publica *¿Qué es el ser nacional?* también con el sello *Hachea* en 1963.[31] Con motivo de la publicación de este libro, en el semanario *Compañero,* el

[30]Las cuestiones de contenido de las obras serán analizadas en una futura tesis doctoral, privilegiando en esta instancia, como indicamos al comienzo, los modos de acercamiento a las obras para contrastar, en el futuro, lo que efectivamente podía leerse en ellas.

[31]En este caso el dibujo en la tapa estuvo a cargo de Pascual Di Bianco, otro de los miembros del Grupo Espartaco. El grupo fue fundado en 1959 integrado por artistas comprometidos con lo social:

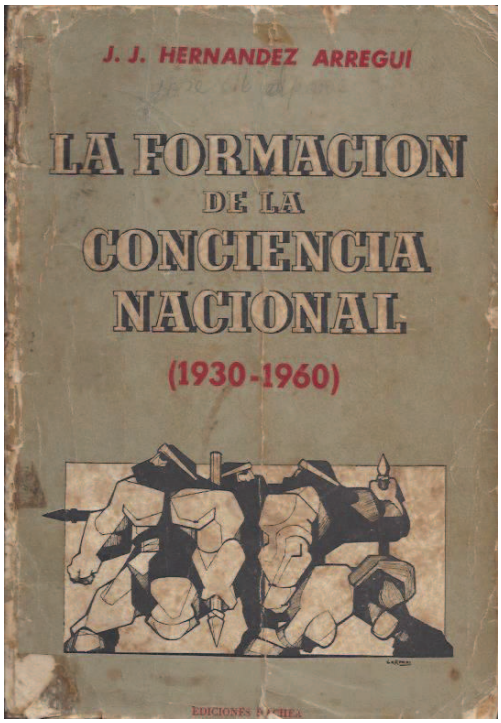

Figura 3.2: Primera edición de la obra con dibujo de Ricardo Carpani en la tapa (1960)

27 de agosto de 1963, se realiza el «Reportaje exclusivo a Hernández Arregui. Una revolución nacional que rompa con el colonialismo», en el que se «destaca un hecho que lo enaltece, a su juicio, único en la historia del libro argentino»: El libro *¿Qué es el ser nacional?*, del cual es propietario, al igual que los anteriores *Imperialismo y Cultura* y *La formación de la conciencia nacional*, «no lo ha editado él sino centenares de argentinos desconocidos que lo han comprado en todo el país antes de su aparición». El sistema consistió en la emisión de bonos y explica por qué:

> «Todos estos amigos, antes de su exhibición en librerías, lo han recibido ya. Y así he cumplido con la confianza que me han dispensado. Puede agregarse que en el orden editorial, y fuera de los ejemplares existentes en librerías, el libro está técnicamente agotado a los quince días de salir a la calle. Digo por eso que es un caso único. Pero lo importante no es esto. Con este aporte de los lectores desconocidos, un escritor sin medios de fortuna -tal mi caso- puede mantener su independencia. Y sin independencia intelectual, sobre todo en los países coloniales, no hay pensamiento auténtico al servicio del país. Entre vender bonos y venderme a Frigerio prefiero vender bonos. De más está decir que aunque no hubiese colocado un solo bono tampoco me hubiese vendido a nadie. Es sólo una forma de expresar las dificultades con que luchamos los escritores de la línea nacional. Agradezco profundamente a estos amigos anónimos la fe

Ricardo Carpani, Pascual Di Bianco, Esperilio Bute, Mario Mollari, Juan Manuel Sánchez, Carlos Sessano y Juana Elena Diz, entre otros. En *Compañero* se resaltaba la colaboración entre los artistas y los sindicatos, en notas como «El grupo Espartaco hace punta: pintores para sindicatos» en *Compañero* N°8, 30 de julio de 1963. Sostenían que «A todos nos une la misma comprensión: contribuir a que el sujeto vea a través del arte lo que el sistema le oculta»(citado en Maddoni, 2008, p. 34).

> que han dispensado. Y sólo temo defraudarlos respecto al valor intrínseco del libro».

El modo de presentarse a sí mismo y a su emprendimiento a partir de una falsa dicotomía entre «venderse» y «ser independiente», construye la imagen de un intelectual que se hace a sí mismo pero en un proyecto que no es individual, sino colectivo, sólo posible por la apuesta de sus lectores antes de conocer la publicación. En esa misma entrevista se define además como «peronista de la izquierda nacional»: «Mi intención es contribuir en el plano exclusivamente ideológico, a la creación de una tendencia de «izquierda nacional» peronista». La aclaración de que la apuesta es ideológica se debe a que no tuvo voluntad de sumarse a la fundación del Partido Socialista de la Izquierda Nacional impulsado por Ramos.

Respecto al catálogo, la editorial sólo editaba libros de Hernández Arregui, funcionaba como modo de autoeditarse, y a los mencionados *La formación de la conciencia nacional (1960),* y *¿Qué es el ser nacional? (1963)*, debemos sumar *Imperialismo y Cultura* (1964 - 2da edición. Prólogo de Rodolfo Ortega Peña.) -se trata de una reedición del editado por Amerindia en 1957- y *Nacionalismo y liberación. Metrópolis y colonias en la era del imperialismo* (1969), *Peronismo y socialismo* (dos ediciones en 1972) y las reediciones de *La formación de la conciencia nacional* (1970. Segunda edición ampliada) y *¿Qué es el ser nacional?* (1972) ahora con el subtítulo debajo «*(La conciencia histórica iberoamericana)*»

Dos de las tapas de *Hachea* contaron con dibujos de Carpani y Di Bianco, y sobre los artistas el autor/editor escribió que los muralistas tenían como mérito que no pertenecer a partidos de la izquierda tradicional argentina. «Pues ya estarían castrados». Y aclara que esa no pertenencia no quiere decir que el artista auténtico carezca de ideas políticas. Tanto la tienen estos dos artistas que ha sido el movimiento nacional peronista, el surgimiento de las masas obreras a la política nacional, lo que los llevó a ligarse a las 62 organizaciones y a la CGT. Es decir, al proletariado argentino. Pertenecen a la categoría de artistas precursores de la emancipación nacional (en *Compañero* Nº 24, 5 de diciembre de 1963, «Ricardo Carpani y Pascual Di Bianco: Dos grandes muralistas argentinos» por J. J. Hernández Arregui). El artista nacional, según la definición de Hernández Arregui es aquel identificado con la tierra y la lucha del pueblo, no con un partido. El Grupo Espartaco, al que ambos pertenecían y había sido fundado en 1959 buscaba «contribuir a que el sujeto vea a través del arte lo que el sistema le oculta» con «libertad de acción en el uso de técnicas, materiales y elementos plásticos, siempre que estuvieran en función de un contenido trascendental que colocara en un primer plano al sujeto histórico, las mayorías populares y la construcción de la "Gran Nación Latinoamericana"», «Señalando la pintura de caballete como género burgués y solitario destinado a unos pocos, sus pinturas de grandes dimensiones hacían gala de un expresionismo social con una fuerte impronta americanista». El arte «por su poder estimulante sobre las masas y su valor propagandístico, es un arma de inapreciable importancia» (Carpani, 1960). Hacia 1961, Carpani y Di Bianco se separaron del grupo para insertarse de lleno en el movimiento obrero, realizando trabajos en los muros de algunos gremios como los murales del Salón de Actos del Sindicato de Obreros de la Industria de la Alimentación, Sanidad y Vestido (Maddoni, 2008). La tapa de una publicación posterior, de 1969, llevaba como dibujo de tapa un dibujo de Carpani, esta vez un gaucho que había sido logo de la editorial *Programa.* (ver 3.3)

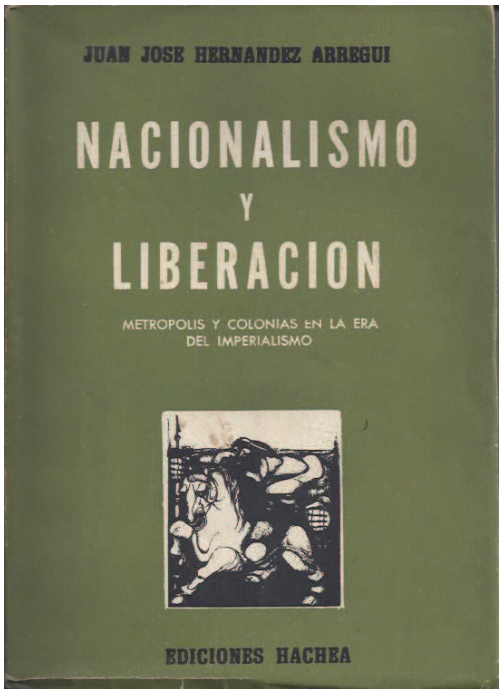

Figura 3.3: *Hachea* 1969

La Editorial *Programa* había sido un proyecto de Alberto Belloni, que existió brevemente durante la presidencia de Illia. Dirigente de ATE Rosario, santafesino, «obrero ilustrado» como se lo ha llamado por su inclinación a la lectura, era un lector en especial interesado por la historia social argentina y latinoamericana. Trabajador durante los años 40-50 en el Ministerio de Obras Públicas, y delegado de ATE (Asociación Trabajadores del Estado), Belloni fue un partícipe activo de luchas sindicales en una etapa crucial luego de 1955 - fue por ello un interlocutor muy importante para Daniel James en la escritura de *Resistencia e Integración*-, y autor del libro *Del anarquismo al peronismo. Historia del movimiento obrero argentino*, número 4 de la colección *La Siringa* de Peña Lillo. Belloni se había vinculado tempranamente con Jorge Abelardo Ramos, ingresó al Partido Socialista de la Revolución Nacional en 1953 y participó en publicaciones inspiradas por Ramos, colaborando en *Política* y *Lucha Obrera*(Tarcus, 2007, pp. 117-118).

Como dijimos en el apartado anterior, se trata de la editorial que publicó el *Martín Fierro* ilustrado por Carpani y con prólogo de Rubén Bortnik. Ambos, junto a Alberto Belloni, conformaban además el Comité Editorial de la revista del mismo nombre, La revista *PROGRAMA para los Estados Unidos Socialistas de América Latina.* Título de inspiración trotskista, y a la vez cercana a las iniciativas editoriales de Jorge Abelardo Ramos: el libro *Por los Estados Unidos Socialistas de América Latina.* Una compilación de artículos sobre Latinoamérica de León Trotsky editado por *Coyoacán* en 1961 (número 24), que incluía un artículo que dio título al volumen. Se aclaraba en la contratapa de ese libro que se trataba de una iniciativa local «Son precisamente esos escritos los que Editorial *Coyoacán* hoy reúne por primera vez en volumen bajo el título de ‹Por los Estados Unidos Socialistas de América Latina›».

Programa publicó sólo dos números, el primero de julio de 1964, y el número 2 se publicó en marzo de 1965. En su primera página aparece el Comité Editorial confor-

mado por Belloni, Carpani y Bortnik, Belloni además como director, y se pide que la Correspondencia se dirija a Carpani, agregando su domicilio. En el primer número de la revista se brinda una «Primera Advertencia», que firman los tres miembros, para señalar su total desvinculación de C.O.N.D.O.R. Indican que sólo participaron en el manifiesto preliminar de C.O.N.D.O.R. del 4 de junio de 1964 y que las restantes acciones y publicaciones llevadas adelante con esa sigla son completamente ajenas a sus posiciones políticas y objetivos perseguidos, en especial el folleto titulado «El retorno de Perón: alienación y contrarevolución de las ‹izquierdas›» . Y aprovechan para aclarar además que los dibujos y grabados de Ricardo Carpani utilizados por distintos sectores políticos para ilustrar artículos, folletos, libros, etc., no implican la coincidencia del autor de esos dibujos con las posiciones sostenidas en los textos.

Respecto a C.O.N.D.O.R, además de la referencia al ave sudamericana[32], eran las siglas de Centros Organizados Nacionales de Orientación Revolucionaria. Formado por iniciativa de Hernández Arregui, postulaba una acción intelectual para colaborar con la radicalización política del peronismo. Ocho fueron los miembros fundadores: Juan José Hernández Arregui, Rodolfo Ortega Peña, Eduardo Luis Duhalde[33], Oscar Balestieri (JP), Alberto Belloni, Ricardo Carpani, Rubén Bortnik y Rubén Borello. La presentación pública de la agrupación fue un homenaje a Felipe Varela, realizado el 4 de junio de 1964, aniversario de la muerte del caudillo y del golpe de junio de 1943, en el monumento ecuestre de Bartolomé Mitre de Plaza Francia. Allí, colgaron del monumento un retrato de Varela realizado por Carpani. El dibujo fue reproducido en la contratapa del folleto que editaron con el manifiesto del grupo. El Manifiesto preliminar al país[34], que marcó la constitución del grupo, reconocía una importante "crisis del nacionalismo" y adhería a una versión antiimperialista del mismo reconociendo por objetivo principal la "liberación nacional" o "revolución nacional" (Eidelman, 2004). Las posiciones de las cuales buscan diferenciarse en esa advertencia que mencionábamos, se refieren a la confluencia de C.O.N.DO.R y *Tacuara* (Movimiento Nacionalista Revolucionario *Tacuara*, en adelante MNRT) posterior a este momento fundacional, encuentro que derivó en que publicaran en noviembre de 1964 como número 1 de la editorial *Lanza Seca* el folleto (al que hacían referencia los miembros de *Programa*) *El retorno de Perón: alienación y contrarrevolución de las ‹izquierdas›*. De acuerdo a la reconstrucción realizada por Eidelman (2004), ese trabajo fue redactado por Ortega Peña y firmado por él y Duhalde en representación de CONDOR y por Jorge Caffatti y Pedro Barraza en nombre del MNRT.[35] Pero no aparece ningún nombre en la

[32] «Toma su nombre del ave heráldica que domina los Andes, desde Méjico a la Argentina, y por tanto, emblema de la América hispánica toda» (Reproducido en Baschetti, 2012, p. 398)

[33] Quienes a su vez fundaron el Centro de Estudios Históricos Felipe Varela (CEHFV) –el 17 de octubre de 1964-, editaron la revista La Unión Americana (1965)

[34] En el catálogo de 1965 la editorial Peña Lillo lo ofrecía con el título *CONDOR. Manifiesto preliminar al país*. Y el agregado: «Manifiesto de los hombres más representativos de la izquierda nacional Folleto $40».

[35] Jorge Caffatti participó en el asalto del Policlínico Bancario realizado por MNRT en agosto de 1963 y estuvo preso por este hecho desde el 24 de marzo de 1964 hasta el 25 de mayo de 1973. Desde la cárcel fue dirigente y referente de las Fuerzas Armadas Peronistas. Rubén Barraza fue periodista, el responsable de la investigación por la muerte de Felipe Vallese publicada en *18 de Marzo*, colaboró en el MNRT y el FAP entre otras organizaciones (Baschetti). Sobre esta investigación se basaron Ortega Peña y Duhalde para el libro *Felipe Vallese: Proceso al sistema*, que editaría la UOM en 1965, allí los autores agregaron las acciones del sindicato por el caso. Luego fue reeditada en *Sudestada* (ver apartado 3.5)

publicación, sólo firman Condor-MNRT. Del mismo modo, el nombre de la editorial *Lanza Seca* que publica este escrito hace referencia justamente a una «tacuara» sin nombrarla.

Durante ese año 1964, los medios de comunicación condenaban a las agrupaciones Tacuara en su totalidad, por haber cometido delitos comunes con fines personales, ocultos tras objetivos políticos. Los jóvenes nacionalistas que hasta ese momento eran tolerados con cierta condescendencia por la opinión pública, fueron tachados como delincuentes al conocerse detalles sobre el asalto al policlínico bancario ocurrido un año antes. El tiroteo de Cerveceros y los casos de los abogados Kehoe y Trumper, al igual que el asesinato de Alterman, fueron delitos cometidos por miembros de un grupo previo, el Movimiento Nacionalista Tacuara (MNT). El caso del Policlínico Bancario fue protagonizado por el MNRT- grupo Baxter. A pesar de esto, la prensa gráfica no distinguió a estas agrupaciones y generalizó bajo el nombre común de «Tacuara».(Galván, 2008, pp. 8 y 98)

El MNRT como lo ha reconstruido Galván (2008), era la fracción de Tacuara que dentro de esa agrupación se había alejado de las ideas antisemitas y de extrema derecha, para comenzar a acercarse a la izquierda peronista. Del original MNT, se había desprendido en 1962 el Movimiento Nacionalista Revolucionario Tacuara (MNRT), dirigido por Joe Baxter y José Luis Nell, que para fines de 1964 ya se había dividido nuevamente, en las líneas Ossorio y Baxter. En marzo de 1964 se descubrió la autoría del MNRT de Baxter del asalto al camión de caudales en el Policlínico Bancario, lo cual disolvió la línea Baxter, mientras que la línea Ossorio, sin embargo, siguió en actividad hasta la reforma del Código Penal, bajo la presidencia de Arturo Illia, con la que se ilegalizaron las organizaciones políticas del estilo de Tacuara. Con la ilegalización, el MNRT de Ossorio se fundiría en el Instituto de Investigaciones Históricas Brigadier General Juan Manuel de Rosas (Galván, 2008, p. 49). De acuerdo a lo que Eidelman reconstruyó a través de entrevistas a Duhalde realizadas en 2002 (2004, p.34), cuando en 1964 comenzaron las detenciones de militantes del MNRT, por el asalto al Policlínico Bancario, Ortega Peña y Duhalde asumieron la defensa legal de los presos políticos. Suponemos entonces que la agrupación que confluía con Condor era la línea Baxter, aunque Galván haya indicado que la Ossorio era la única que seguía existiendo a fines de 1964 ya que en los informes de los servicios de inteligencia se indica que la línea Baxter «se dispersó completamente».

Estos acercamientos y alejamientos entre agrupaciones requieren un estudio pormenorizado que excede al objeto de este trabajo, pero es importante remarcar que en marzo de 1965 Rodolfo Ortega Peña y Eduardo Luis Duhalde seguían identificándose con CONDOR a través de la revista *La Unión Americana* del Centro de Estudios Históricos Felipe Varela y a su vez se ofrecía desde allí en una publicidad (de próxima aparición) el número 1 de la colección «Manuales» de la Editorial *Lanza Seca* con el título «Historia Política Argentina (Condor)» que podía pedirse a la casilla de correo 3620, la misma casilla de la revista dirigida por Ortega Peña y Duhalde -como se indicaba en la primera página-, por lo que es muy probable que se haya tratado de la primera iniciativa editorial de los autores, previa a *Sudestada*. La revista no cuenta con otra indicación de miembros o autores que las de Ortega Peña y Duhalde. La publicidad de *Lanza Seca* continúa en el número 2 de la revista, de junio de 1965 y desaparece para el número 3 de julio/agosto de 1965 -que incluye como novedad una publicidad de Peña Lillo y un consejo de redacción integrado por escritores, Álvaro

Abós, Marta C. Bao, Víctor J. Flury[36] y Carlos Trillo-, tampoco hubo un número 2 de los Cuadernos que continuara la colección, lo que indica que fue muy breve, y quizás se asocie con el hecho de que dejaba de existir el MNRT. Para fines del mismo año, además, Ortega Peña y Duhalde comenzarán el proyecto editorial *Sudestada*.

La revista *Programa* se separaba de este modo de las posiciones de Ortega Peña y Duhalde y del acercamiento de éstos a Tacuara. De acuerdo a la descripción de Carman (2015, p. 548) *Programa* se trató de una revista-libro cercana a la izquierda nacional que contenía varias ilustraciones de Carpani y notas de análisis e investigación de los tres miembros del comité. Los temas del número 1: «Sobre la cuestión nacional», «Las reivindicaciones económicas del plan de lucha», «El arte y la vanguardia obrera», «Esquema para la revisión socialista de la historia argentina», «La política militar de la burocracia soviética». El número 2 está dedicado al trabajo escrito de Carpani «Estrategia y revolución: sectarismo y oportunismo en la política argentina». En ese mismo número se indica que «Todos los títulos publicados por *Editorial Programa*, *incluyendo* Programa N°1, se encuentran en venta en las siguientes librerías: Jorge Álvarez, Talcahuano 485, A. Peña Lillo, Sarmiento 1422 2°p, D.E.R. Tucumán 865 Buenos Aires, y en las buenas librerías del país».

También se promocionaron «Títulos a publicarse» de la *Editorial Programa*: Rubén Bortnik «El ejército y el arte de lo posible (perspectivas de una política militar, hoy y aquí)» (fue finalmente editado bajo el sello Güemes en 1967); Alberto Belloni, *Reformismo y revolución en el movimiento obrero*; Acerca de otra polémica (de qué modo Wright Mills refuta a Marx) y la «Serie ilustrada»: *Las guerras nacionales (de Pancho Ramírez a Felipe Varela)* Dibujos de Ricardo Carpani con textos de Rubén Bortnik; *Martín Fierro* de José Hernández ilustrado por Ricardo Carpani; *Historia del movimiento obrero argentino*, Dibujos de Ricardo Carpani, con texto de Alberto Belloni. Inferimos que fue por lo efímero de la experiencia de la revista que el único libro publicado bajo el sello *Programa* fuera el *Martín Fierro*.

La tradición de nombres de editoriales asociados a revistas es muy común y de largo aliento y cuenta como *Claridad* como ejemplo más recordado, pero en este caso la revista y la editorial, además de llevar el mismo nombre, comparten la iconografía: el logo de la editorial coincide con la tapa del primer número de la revista, un gaucho a caballo con una tacuara, que vimos utilizada con posteridad en una de las tapas de *Hachea*. (ver 3.4)

La visibilidad que la obra de Carpani estaba alcanzando llevaba al grupo a advertir en el primer número de la revista *Programa* que el autor no se hacia cargo del uso que otros pudieran hacer de ella. Respecto a ello, Maddoni (2008) considera que el modo de reproducción de afiches, ilustraciones y panfletos terminó de sellar el objetivo de máxima: acercar y generar un vínculo indisoluble entre artista y multitudes sociales. En este sentido se confirmaba, en parte, lo que Benjamin afirmaba acerca de la técnica reproductiva: desvincula lo reproducido del ámbito de la tradición imponiendo la presencia masiva de las copias en el lugar de una presencia irrepetible y actualizando lo reproducido al permitirle salir al encuentro de cada destinatario. La ilustración de poemas y textos en libros, revistas y diarios lograron una difusión de la imagen de Carpani más bien restringida. Cuando la CGT reorganizada luego de la dictadura militar le encargó con motivo de la «Semana de Protesta» (1962) el afiche *¡basta!*, su

[36]Escritor, crítico de cine y docente universitario en Costa Rica, donde reside desde 1977. Publicó luego en *Sudestada* sus *Cuentos de la Patria Grande*

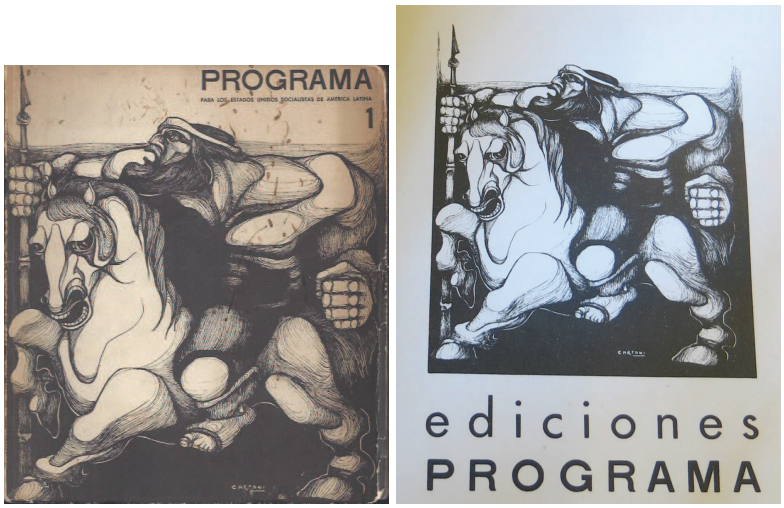

Figura 3.4: La tapa del primer número de la revista y el logo de la editorial Programa

hombre trabajador agigantado, fortalecido por la sociedad en la que se encuentra inmerso, adquiere difusión masiva a nivel nacional. El semanario *Compañero* tituló «Un afiche histórico» un artículo donde se señala que éste puede marcar el comienzo de una época de colaboración entre el pueblo y los artistas. Laclau por su parte consideró que «Es la jerarquización del hombre en lucha. Pero por ello mismo valió como un logotipo de rebeldía revolucionaria» (citado por Maddoni, 2008). La autora resalta que para Carpani (en una entrevista realizada a comienzos de la década de 1970):

> «Lo interesante de observar fue la reacción positiva de las masas frente a un tipo de imagen al cual no estaban en absoluto habituadas y su identificación emocional con ella en función de la emotividad combativa imperante en esos momentos, pues yo no hice ninguna concesión del tipo naturalista en esos afiches y me expresé libremente manteniendo todas las distorsiones, deformaciones y estilizaciones propias de mi personal visión artística de la realidad. Mucha gente, estudiantes, obreros, despegaban los afiches mientras aún estaban frescos para llevárselos. Años después me encontré con algunos de estos afiches decorando las paredes de hogares obreros» (citado en Maddoni, 2008)

Respecto a las imágenes, como dijimos en el apartado anterior, en la producción gráfica de Carpani el dibujo en tinta –generalmente acromático- domina la composición. El texto y su tipografía (a veces a mano alzada) están más que nunca al servicio de la imagen y subordinada a ella. La línea es el elemento plástico por excelencia que estructura y configura planos cerrados con morfologías orgánicas que se destacan fuertemente del fondo. Pero también es una cuidadosa trama que describe distintas situaciones de luz en el espacio plástico. Aún en los formatos más pequeños correspondientes a cartelería , ilustraciones y láminas, la solidez de sus personajes mantienen la presencia monumental que exhiben en las pinturas murales. Los rostros y especialmente las manos abiertas que guían y conducen o que se tensionan en puños imponentes que resisten y luchan se imponen en los primeros planos de las composiciones. Son las partes de la figura humana privilegiadas por el artista donde despliega su maestría

expresiva como dibujante al tiempo que genera centros de interés y ritmos compositivos (Maddoni, 2008).

Otra editorial asociada a una revista fue *Relevo*, dirigida por Eduardo Astesano. Eduardo Astesano se graduó de abogado en 1946 en la Universidad Nacional del Litoral en Santa Fe, y siguió un camino similar al de Rodolfo Puiggrós. Afiliado al Partido Comunista, miembro del grupo "autocrítico" de Rosario, fue expulsado del partido en 1946, e integró luego el Movimiento Obrero Comunista (MOC) (Chumbita, 2006). Había dirigido las revistas *1810* del Centro de Estudiantes de Derecho de Santa Fe, *Revista de la Federación Gremial del Comercio y la Industria de Rosario* durante una década, *Columnas del Nacionalismo Marxista de Liberación Nacional* en 1957 y había sido colaborador en las revistas *Argumentos*, *Esto Es*, *Qué*, *El Popular*. Su primer libro fue *Contenido social de la Revolución de Mayo* (1941) y al momento de *Relevo* el último había sido *Rosas. Bases del Nacionalismo Popular* de 1960, número 6 de *La Siringa* de Peña Lillo.

«Relevo» era también el nombre de una revista de la que se publicaron 22 números, el 1, el 17 de octubre de 1962 hasta el 22 en septiembre de 1964. Carman (2015, p.580) la describe como un periódico de la Resistencia Peronista, de cuatro páginas, y que se autodenomina miembro del Movimiento Justicialista. Contiene extensas notas de análisis de la coyuntura desde el peronismo ortodoxo. El nombre «Relevo» es elegido, según se explica en la presentación del primer número, porque:

> «En toda la vida argentina se impone un gran relevo. RELEVO de los hombres demasiado comprometidos con el pasado y también con el presente, cuyo fracaso está a la vista. RELEVO de la vieja generación, que debe dar paso a los hombres nuevos, con voluntad nacional y espíritu renovador. El relevo que nuestro pueblo espera deberá ser total. No excluye lo político, ni lo económico, ni lo militar, ni lo religioso. Se trata de deshacernos de lo caduco y de toda ficción, para que ocupen su puesto no tanto los jóvenes como el hombre nuevo, ante el hecho nuevo. Tal es el rumbo de este periódico»

Esta intención de presentar lo nuevo[37] frente a lo anterior se repite en las iniciativas de la editorial en cuanto a qué publicar. En Eduardo A. Astesano, *Martín Fierro y la justicia social. Primer Manifiesto Revolucionario del Movimiento Obrero Argentino*, Serie *Hacia la Revolución Nacion*al, tomo III, de Ediciones Relevo, 1963. En la solapa se indica que «Inicia el Dr. Eduardo A. Astesano con este trabajo un nuevo enfoque del revisionismo histórico». En los «Apuntes para un prólogo»: se justifica este volver al *Martín Fierro* por el hecho que su «importancia revolucionaria no ha podido ser captada por los historiadores y sociólogos de todos los pelajes del liberalismo». La propuesta del autor es un «revisionismo martinfierrista del pasado», que «constituye el cimiento ideológico del revisionismo del porvenir, porque el espíritu revolucionario, nacionalista y popular que encierra el «Martín Fierro», constituye la base sobre la que construiremos la Nueva Argentina, Soberana, Independiente y Justa» (Astesano, 1963, pp. 7-8)

En la contratapa se describe la colección -la Serie «Hacia la Revolución Nacional»-

[37] Compartía esta característica con la colección *La Siringa*: en cada número la colección se presentaba con la frase «Algo realmente nuevo está en sus manos, lector».

como «un análisis del proceso político argentino» «y lo hace a través de caracterizados representantes de los distintos sectores del país real».

> «Ediciones *Relevo*, al publicar estos trabajos, no lo hace como especulación política partidista, sino que aspira a recoger las afirmaciones y postulaciones de sentido nacional que surgen en los distintos sectores del país real, aunque esos autores tengan o no una militancia política determinada. En el análisis de los temas y problemas naturales que afligen nuestro país, en la superación de animosidades que provocan desencuentros, en la aceptación de coincidencias naturales y que interpreten el país real, se encontrará el camino hacia la edificación de la Nación que todos ansiamos, por sobre las militancias partidistas».

¿A quiénes se refiere como representantes del país real? La lista de títulos de la Serie Hacia la Revolución Nacional que se anuncia a continuación: Raúl Matera, *De la medicina a la política* [el autor era un neurocirujano de prestigio y militante peronista]; José Alonso, *Los trabajadores y la justicia social. Luchas por la unidad y legalidad* [sindicalista peronista reconocido, en este momento Secretario General de la CGT]; César Cao Saravia, *Hogar-Empresa con sentido nacional* [empresario metalúrgico peronista] ; Alberto Astudillo, *La revolución nacional y las clases* [intelectual de tradición trotskista que colaboraba en la revista Relevo]; Eduardo A. Astesano, *Martín Fierro y la justicia social* [ya mencionado]; Rafael Funes, *Reflexiones políticas para militares. Hacia una política nacional* [nacionalista conservador]; Tomo Extra: *Compilación de respuestas de lectores*. La editorial también publicó Sampay, Arturo. *La constitución argentina de 1949* [constitucionalista peronista]. *Relevo*, inequívocamente ligada al peronismo y por fuera de toda contrucción partidaria, parecía seguir los pasos de Juan José Hernández Arregui.

La experiencia fue breve pero al parecer continuó con el sello *Pampa y Cielo* por compartir la misma estética: En 1964 editó Ramos, Jorge. *La lucha por un partido revolucionario*. Durante 1965, *Pampa y Cielo* publicó Alascio Cortázar, Miguel. *Reportaje a la Vergüenza*; Astesano, Eduardo. *La lucha de clases en la historia argentina* (serie Argentina Fundamental); Jauretche, Arturo. *Filo, contrafilo y punta*; Sampay, Arturo. *La Argentina en la revolución de nuestro tiempo* (serie Argentina venidera).

Hubo además una segunda época de *Relevo*, en el año 1973, en la que se editó *La razón de mi vida* de Eva Perón, *Socialismo nacional: el poder peronista en marcha* de Fernández Pardo, Carlos y López Rita, Alfredo, y con Astesano como autor, *Historia socialista de América* y *Manual de militancia política*, este último con imágenes de Mao y Perón en la tapa y el nombre «Relevo» llevaba una mano con los dedos en V en el lugar de la letra.

Muchos de estos proyectos efímeros coinciden con el gobierno Illia, que comenzó su mandato con un bajo apoyo electoral en un contexto en el que la proscripción del peronismo condicionaba la legitimidad del gobierno. El 12 de octubre de 1963, el débil gobierno de Arturo Illia había comenzado su administración. Un mes antes, una amnistía de presos políticos y gremiales, devolvió la libertad a cientos de activistas con una experiencia de resistencia, los presos Conintes. Al mismo tiempo, se constituían diversos grupos a partir del Congreso de la JP realizado a fines del mismo mes, como el Movimiento de la Juventud Peronista, (MJP) y la Juventud Revolucionaria Peronista (JRP), que expresaban en la juventud, tanto la polarización del peronismo

entre Vandor y Perón, como la radicalización hacia la izquierda, que se volvía cada vez más significativa entre los grupos juveniles. Junto al regreso de Cooke de Cuba, por el levantamiento del estado de sitio, a fines de ese año y la creación en 1964 de Acción Revolucionaria Peronista (ARP), marcan un momento clave en el desarrollo del peronismo revolucionario (Eidelman, 2004, p. 19).

3.3 Los múltiples proyectos de Jorge Abelardo Ramos

Durante esos años, dentro de estos proyectos editoriales de existencia efímera, se destacan los que llevó adelante Jorge Abelardo Ramos, por la insistencia de éste en emprender propuestas editoriales. Como hemos señalado, impulsó la editorial *Coyoacán*, colección seriada de libros de bolsillo. Pero también editó libros con este sello por fuera de una colección, con una estética diferente y sin número: Ramos, Jorge A., *El Partido Comunista en la política argentina. Su historia y su crítica*, 1962; Spilimbergo, Jorge E. *La cuestión nacional en Marx*. Buenos Aires: Coyoacán, 1968 (Segunda edición).

De acuerdo a Ribadero (2016), quien ha analizado el catálogo de *Coyoacán*, uno de los objetivos asumidos por la editorial era ofrecer a un público joven e interesado en formarse política e ideológicamente en el marxismo con obras, autores y temas ajenos a los que auspiciaba el comunismo argentino.

La «mezcla» en el catálogo, cuando se esperaría una uniformidad más obvia, es explicada por Ribadero a partir de «la función que la "Izquierda Nacional" asignaba a autores, estilos y géneros extraños al marxismo»: se trataba de sumar obras del género testimonial o autobiográfico por la capacidad que esas obras poseían para transmitir, implicar y acercar de manera emotiva a los lectores a temas, problemas y cuestiones asociados a la historia, la política y la cultura argentina y latinoamericana. «Así, se buscaba complementar las arduas lecturas que proponían los escritos de doctrina y debate». En esta mirada, ocuparse de temas, podríamos decir, más ligados a la experiencia de los sujetos que teóricos o canónicos, y que, según Ribadero, apelan más a la emotividad que al estudio, sería una estrategia de acercamiento al lector. El rescate y reposición de autores como Coca, Perelman, Hernández, Montenegro, Arturo Jauretche, Manuel Ugarte o el político uruguayo Luis Alberto de Herrera, y los temas por estos abordados —la crítica a liberalismo, a las clases dominantes, el imperialismo, etc.—, desde esta mirada, forma parte de una operación ideológica desplegada por el grupo Ramos en términos de renovar la cultura política de izquierda, y para recuperar y otorgar valor a determinados aspectos del pasado y del presente que aportan argumentos, momentos históricos y liderazgos alternativos. Tal apropiación de ideas, temas y tópicos provenientes del nacionalismo, el populismo y antiimperialismo conformaban entonces una propuesta político-cultural en sintonía con la crisis que atravesaba la identidad de la izquierda asociada a un liberalismo fuertemente cuestionado a principios de los años sesentas. La doble apuesta desplegada por parte de la editorial *Coyoacán* fue entonces, por un lado, brindar a la juventud de izquierda herramientas centrales en la adquisición de un tipo de marxismo —en especial de textos de Marx, Engels, Trotsky y Lenin—, basado en la comprensión de cuestiones de vital importancia para el país y América Latina, como eran el papel del imperialismo,

del proletariado en las democracias burguesas, las causas de la revolución rusa y la crítica al Partido Comunista; por otro lado, una manera particular de abordar dichos temas, que era apelando a otros géneros, como evidenciarían los trabajos de Perelman, Kelly, Hernández y Coca. Se consideraba que el registro testimonial y autobiográfico que caracterizaba a cada uno de estos libros era más efectivo a la hora de transmitir e implicar a los lectores. La intención político-cultural de la editorial de Ramos y compañía, entonces, fue favorecer un proceso de formación político-cultural atento a registros que estaban por fuera del canon del marxismo doctrinario, pero podían potenciar una comprensión más vital y vívida de los problemas del país y Latinoamérica desde una mirada de izquierda.

Sin embargo, si consideramos la apuesta más bien como diálogo entre tradiciones, y no de un marxismo que las incorpora, podemos ver que no sólo se dirige a jóvenes marxistas, o de izquierda, y este es un punto muy importante, más allá de si la operación era consciente o no. Las iniciativas editoriales de Ramos pueden por supuesto considerarse un jalón en la historia del marxismo argentino y latinoamericano, pero la política editorial de la «Izquierda Nacional» liderada por Jorge Abelardo Ramos a principios de los años sesentas fue bastante más que una iniciativa editorial marxista por fuera del aparato del Partido Comunista, y por ello exige que analicemos más que su «marxismo». Si en *Coyoacán* estaba todo, el horizonte de lecturas no es el de la doctrina marxista. Cómo entender sino, el hecho de que uno de los fundadores del revisionismo histórico en Uruguay, nacionalista conservador o *blanco*, Luis Alberto de Herrera, se sorprendiera de que Ramos fuera marxista. En 1957, cuando Ramos había publicado, como autor, *Revolución y Contrarrevolución en la Argentina*, se lo hizo llegar a Herrera a través de Alberto Methol Ferré[38]. Este recordaba que a los pocos días le comentó «¿Ramos es marxista? ¡Pero qué raro! ¡Si es federal como nosotros!» Methol, por su parte, consideró al libro «una revolución copernicana en relación a la interpretación de la historia argentina hasta entonces vigente» (En el prólogo «Una revolución copernicana por Alberto Methol Ferré», (Noble, 2006)).

Ramos vuelve a vincularse con Peña Lillo como autor- es decir, a publicar un libro bajo ese sello en 1968 y esto parecería deberse, para De Sagastizábal y Giuliani (2014), a que estaba abocado de lleno a sus tareas intelectuales y políticas, y por ello buscaba alguna actividad que le permitiera una supervivencia económica, ya que «es claro que no podía encontrarla en *Coyoacán*, muy posiblemente regida por lógicas político-ideológicas de edición»- los autores agregan en nota al pie que «según uno de sus autores, en *Coyoacán* eran los autores quienes frecuentemente solventaban la publicación de sus obras, con el objetivo de que se difundieran». Se nos presenta lo político-ideológico como modo diferenciado de editar, y como modelo diferente al de Peña Lillo. De todos modos, mercado e ideología tampoco parecieran espacios o intereses del todo autónomos o diferenciados para Jorge Abelardo Ramos. En 1969, editó con el sello *Mar Dulce*, como la librería del mismo nombre, los títulos Spilimbergo, Jorge E. *El socialismo en la Argentina.* Del socialismo cipayo a la izquierda nacional; Ramos, Jorge. Historia del stalinismo en la Argentina; Jauretche, Arturo. El retorno al

[38]Para ubicarlo ideológicamente a grandes rasgos podríamos caracterizarlo como un intelectual latinoamericanista católico uruguayo, que cultivó una amistad con Jorge Abelardo Ramos a partir de sus coincidencias respecto a *América Latina, un país*, primer obra de Ramos. Los trabajos de Ximena Espeche dan cuenta de su itinerario y su rol en los debates de la intelectualidad uruguaya.(Ver: Espeche, 2010).

coloniaje. La política económica del Peronismo y sus críticos y, en 1970, con prólogos de Jorge Abelardo Ramos, Galasso, Norberto. *Vida de Scalabrini Ortiz*; Caro Figueroa, Gregorio. *Historia de la gente decente en el Norte Argentino. De Güemes a Patrón Costas.*

Entre 1973 y 1974 se editaron bajo el sello *Rancagua* los títulos: Lavagna, Roberto y Rosembuj, Tulio. *La independencia económica, 1945-1955*; Ramos, Jorge A. *Historia política del ejército argentino y otros escritos sobre temas militares*; Ramos, Jorge A. *La lucha política en un país semicolonial*; Ramos, Jorge A. *Historia del stalinismo en la Argentina.* Alberti, Blas. *Peronismo, burocracia y burguesía nacional.* Probablemente el nombre *Rancagua* sea una referencia al Acta de Rancagua, documento de 1820 que Ramos consideraba de importancia por configurar el momento en que «San Martín rompe con Buenos Aires y es designado comandante en jefe por sus oficiales». De acuerdo a Ramos:

> «En este notable documento, conocido como el Acta de Rancagua, se funda la desobediencia histórica de San Martín, la autonomía del ejército libertador y su ruptura con el gobierno porteño. Famoso como es, este episodio no ha sido debidamente apreciado en la historia política del Ejército Argentino pues tiene un solo significado: en la base de su origen está la defensa de la soberanía patria y el principio inconmovible que enfrentar al pueblo argentino es negar su propia existencia. ¡Que los oficiales de nuestro tiempo lo tengan bien presente!» [en Ramos, J. A., «Historia política del Ejército Argentino», Buenos Aires, Ed. Peña Lillo, 1959, p.17]

«Rancagua» concentra los temas de historia argentina que Ramos trataba con mayor insistencia: la dicotomía Buenos Aires versus el interior, y en ello el papel siempre negativo de Buenos Aires, que asocia en diversos trabajos a la necesidad de recuperar episodios y sectores del ejército vinculados a la causa nacional, en contra de las directivas porteñas.

Con *Octubre*, editó Madariaga, José L. *Introducción al socialismo*; *El revisionismo histórico socialista* (compilación de artículos de distintos autores: Jorge E. Spilimbergo, Alfredo Terzaga, Salvador Cabral, Luis Alberto Rodríguez y Jorge Abelardo Ramos, con prólogo de Blas Alberti); Spilimbergo, Jorge E.. *El socialismo en la Argentina* en dos tomos. I. J*uan A. Justo y el socialismo cipayo* y II. *De la izquierda cipaya a la izquierda nacional.* Del mismo autor: *Historia crítica del radicalismo* y reeditó *La cuestión nacional en Marx.* Todos de 1974. En 1975 se publicó *PSIN. Clase obrera y poder. Tesis políticas del tercer congreso del Partido Socialista de la Izquierda Nacional* (Redactado por Jorge E.Spilimbergo. Congreso de 1964) El nombre *Octubre* tiene otras connotaciones: un muy joven Jorge Abelardo Ramos publica la revista «Octubre» entre 1946 y 1947, y asocia a este nombre el sello de su primer libro *América Latina: un país. Su historia, su economía, su revolución*, en 1949.

Coyoacán, como vimos al comienzo del apartado, constituye uno de los comienzos de la existencia para otros de la izquierda nacional. Pero mirado desde las trayectoria de Ramos y Peña Lillo, el período se abre un poco antes del corte del 1955, durante el gobierno peronista, con el surgimiento de *Indoamérica* (Ribadero, 2013) que continúa con *Amerindia*, (así como también el de *A. Peña Lillo* comienza en 1954).

Indoamérica estuvo financiada y dirigida por intelectuales y militantes trotskistas como Aurelio Narvaja, Enrique Rivera, Jorge Abelardo Ramos, Carlos Etkin, Hugo Sylverster y Jorge Enea Spilimbergo. A lo largo de sus años de vida, la editorial logró

publicar varios títulos y autores asociados al marxismo pero también a la tradición latinoamericanista. Al lado de las obras de Marx, Lenin y Trotsky, *Indoamérica* ofrecía libros de Víctor Haya de la Torre, Ezequiel Ramírez Novoa, Juan José Arévalo y Manuel Ugarte. Asimismo, su catálogo contemplaba temas como la cuestión judía en América Latina, la relación entre literatura y sociedad y el papel del arte en los procesos revolucionarios. El rol de editor estuvo a cargo de Jorge Abelardo Ramos quién, gracias a sus conocimientos forjados en el mundo del libro y la actividad editorial durante la década del cuarenta, supo cumplir con las demandas que acarrea dicha función (Ribadero, 2016). Desde este sello se edita:

Ugarte, Manuel. El porvenir de América Latina. Buenos Aires: Indoamérica, 1953. 2 ediciones. Estudio Preliminar de Jorge A.Ramos

Peñaloza, Juan R. (seud Enrique Rivera). Trotsky ante la revolución nacional latinoamericana. en 1953.

Ramos, Jorge A. Crisis y resurrección de la literatura argentina. 1954.

Spilimbergo, Jorge E. Yrigoyen y la intransigencia radical. 1955. Utiliza el seudónimo Lucía Tristán.

Amerindia tuvo una existencia de muy poca estabilidad durante la segunda mitad de la década de 1950. Es desde esta editorial que Ramos edita por primera vez *Revolución y contrarrevolución en la Argentina* en 1957. Libro de gran éxito que lo llevó a impulsar *La Siringa* junto a Arturo Peña Lillo. Ese mismo año *Amerindia* editó también *Imperialismo y cultura (La política en la inteligencia argentina)* de Hernández Arregui. Este momento de Hernández Arregui editado por Ramos parece ser el de coincidencias. Políticamente compartieron muchas definiciones como la constante apuesta a las FFAA, el apoyo a Frondizi en 1958 y la reivindicación del peronismo. En un artículo de diciembre de 1960, Hernández Arregui señalaba que la izquierda nacional «extiende día a día su influencia» y explicaba «soy peronista porque soy marxista». Elogiaba a Ramos como «la inteligencia más notoria de la promoción que irrumpe a la vida política argentina en 1945» y también lo consideraba «la mejor pluma política del país». Sin embargo, Ramos hizo una apuesta organizativa por fuera del movimiento justicialista y a partir de la crisis del socialismo: el Partido Socialista de la Izquierda Nacional (PSIN). Hernández Arregui, junto a otras personas y grupos de la izquierda nacional, no lo siguió. (Eidelman, 2004, p.27). *Amerindia* también editó en 1958 el título Spilimbergo, Jorge E.. *Nacionalismo oligárquico y nacionalismo revolucionario*. En 1959, *Ramos, Jorge. Perón: historia de su triunfo y su derrota.*

Volvimos a estas iniciativas editoriales de Ramos de mediados de la década de 1950 para establecer algunas de las características de la intermitente actividad editorial de Jorge Abelardo Ramos, que en medida en que encontraba la posibilidad se autoeditaba y editaba a los autores cercanos a su actividad política (con la excepción de *Coyoacán*, con la que intentó un proyecto de mayor envergadura), para enfatizar el contraste con *A. Peña Lillo* y la continuidad de esta empresa a lo largo del período, que veremos más adelante.

3.4 Políticas de la lectura: ideologías lectoras y moralización del mercado

Vimos algunas intervenciones de Mario Vallotta desde *18 de Marzo* y *Compañero*, pero agreguemos aquí que había colaborado con la editorial *Coyoacán* cuando todavía se encontraba dirigiendo el diario *Democracia*, y continuó en *Compañero* publicando ocasionalmente reseñas y publicidades de algunos números. En *Compañero* Nº 42, de 14 de abril de 1964, en la subsección «Libros», dentro de la sección «Por una cultura nacional de mayorías», encontramos el artículo «El otro rostro de Moreno» reseña del libro de Norberto Galasso, *Mariano Moreno y la revolución nacional*, número 38 de *Coyoacán*, en el que se afirma que «es un libro que pone muchas cosas en su sitio y reconquista a una figura capital en la larga, dolorosa tradición de lucha antiimperialista de nuestra patria». La participación directa de Mario Valotta en ese proyecto editorial consistió en que era quien facilitaba el papel a precio de costo, posibilitando que el precio de cada ejemplar sea bajo (Ribadero, 2014, p.196).

Además quisiéramos reponer aquí la preocupación por la lectura de libros que se expresara desde las revistas. Consideraremos siguiendo a Di Stéfano (2013, p.14) a la prensa como puesta en circulación de discursos sobre la lectura. *18 de Marzo* presenta un informe el 12 de febrero de 1963 sobre el fenómeno de las fotonovelas titulado «¿Fábricas de sueños o fábricas de drogas? Fotonovelas: prohibido pensar» porque entiende que «los medios de difusión para el gran público están siendo peligrosamente usados para doparlo»: las revistas de chismes, las historietas, las series yanquis, las novelas de quiosco, las tonterías cursis de la TV y el radioteatro, la publicidad, etc, están sirviendo al régimen porque sirven para desviar la atención de las tragedias personales y de la gran tragedia nacional. *18 de Marzo* no pretende que los millones de lectores dejen de leer fotonovelas, pero sí que al menos como están aprendiendo a leer entre líneas en los diarios de la oligarquía, alertarse también contra estas «drogas».

El conjunto de lo ofrecido por los medios tendría entonces por objetivo desviar la atención del público, pero en particular se destacaba el objetivo de ocultar la verdad, mistificar, mentir al pueblo, de los próceres literarios de la oligarquía, como Borges, que se niegan a examinar la realidad concreta, como también de las grandes casas editoriales que hacen sus negocios dedicándose a publicar revistas que ocultan la realidad. La construcción de una cultura nacional de mayorías exige desenmascarar a ambos, a los Borges y a los que usan los medios contra el pueblo. El informe consta de una entrevista a un escritor de fotonovelas y un estudio de mercado: «Una encuesta secreta efectuada por una empresa norteamericana para una casa editorial de Buenos Aires». En las conclusiones del informe se señala que el 50% de las lectoras pertenece a la clase trabajadora, que quienes las escriben desprecian a su público y que las historias apuntalan el régimen de explotación, pero que hay esperanzas en el hecho de que el porcentaje de lectores ha disminuido en los últimos años: «El público está despertando». En el final, se interpela al lector directamente: «No se trata de que usted, si es lectora de fotonovelas, o usted, si es marido de una señora que las lee, deje de leerlas de repente, u obligue a que no se las lea. Se trata de que usted abra los ojos y vea qué hay detrás de esos escritores aparentemente inofensivos. Del mismo modo que ya sabe leer entre líneas en los diarios de la reacción, aunque no tenga más remedio que comprarlos, haga lo mismo en este caso. Usted no debe dejarse engañar». ¿Qué había

que leer para desenmascarar al mercado? En la misma página, a la derecha de este informe, se publicó una reseña al libro *Imperialismo y angustia* de Claudio de Araujo Lima publicado por Editorial *Coyoacán*. El número 34 de esa colección aparecía reseñado en el periódico probablemente debido al interés de Valotta en darle difusión. No se trata de una reseña crítica sino una extensa descripción de los temas que se tratan en el libro, siguiendo las formas de una introducción. La figura de Mario Valotta, con un pie en los medios gráficos del universo de las publicaciones peronistas y otro en la producción editorial con *Coyoacán*, nos permite recuperar ese espacio entre el libro y el lector y la preocupación de los animadores culturales ligados a la izquierda nacional.

Compañero fue un semanario dirigido por Mario Valotta, pero fue llamado «periódico» pues se editaba en tamaño sábana. Apareció desde junio de 1963 hasta octubre de 1965. Valotta era de origen marxista, y aunque no se reivindicaba peronista, junto a su grupo de trabajo buscó que *Compañero* sea la expresión de la vertiente combativa del peronismo. El periódico tenía una tirada que pasaba los 30.000 ejemplares, y se distribuía en todo el país (Raimundo, 2001, p.208). De acuerdo a Carman (2015, p.145), era el órgano del Movimiento Revolucionario Peronista (MRP), semanario de la Resistencia Peronista generalmente de ocho páginas con una tirada de 35.000 ejemplares en todo el país. Pero es recién en el número 59, del 11 de agosto de 1964 que se publica la declaración de principios y el programa revolucionario al constituirse el Movimiento Revolucionario Peronista el 5 de agosto anterior.

El 14 de junio de 1963 *Compañero* publica, a propósito de la carta de un lector, la entrada «Cultura de mayorías: Para eso estamos». La carta, «particularmente significativa para nuestra página cultural», es de un obrero metalúrgico de Avellaneda, Joaquín Peña, que apenas pudo cursar hasta sexto grado pero le gusta leer, y

> «cuando vengo al centro busco en los kioscos alguna revista, algo que me ayude a saber cuáles son las cosas que tengo que leer para conocer mejor al país. Y, la verdad, no encuentro nada, o mejor dicho encuentro revistas que me hablan de escritores extranjeros, de cosas difíciles, para las que no estoy preparado. Quisiera saber si hay escritores lo que se dice argentinos. Quisiera una guía que me ayude a ver las cosas. Muchos de mis compañeros prefieren quedarse con las historietas, porque están cansados de trabajar o buscar changas todo el día. Yo también, a veces, las leo. Porque empiezo algunos libros, pero me resultan pesados, me aburren. Yo estoy dispuesto a hacer el esfuerzo de leer, pero quiero saber que lo que esté leyendo vale la pena, ¿me entienden? No es que quiera que ustedes me den «la papa en la boca», sino que me alienten. Bueno, espero que ustedes no se me rían por estas tonterías. Pero ustedes están en la obligación de ayudarme. Porque estamos en la misma trinchera, peleando contra la misma oligarquía, peleando contra el mismo imperialismo, frente a los mismos enemigos».

Es muy probable que esta carta no proviniera del público sino de los redactores de la propia publicación, pero lo que nos interesa aquí es su función[39] dentro de una trama

[39]Privilegiamos la función de la «carta de lectores» sobre su veracidad siguiendo a Bontempo (2011); Eujanian (1999a); Vezzetti (1986)

de discursos prescriptivos sobre la lectura: junto a la respuesta sirve a la revista para hacer explícito el propósito que anima la sección cultural para sus lectores, presentándose como dadora de respuestas ante un problema práctico. En ello podemos ver a su vez cómo se representa toda una predisposición moral del lector, que la revista se habilita a sí misma como instructora de qué debe leerse y por qué, y que construye un tipo de vínculo privilegiado con el lector que podríamos llamar «paternalista». A continuación, la respuesta al compañero Peña reafirma la unión entre los lectores y la revista, «somos hermanos en la misma y difícil pelea» y el objetivo de la sección, «sepa que esta página estará siempre a su servicio y al de todos los trabajadores del país, que podrán encontrar aquí material de orientación y discusión». El diagnóstico que justifica esta página es que «Durante años la oligarquía ha ido fabricando una cultura de invernadero con intelectuales de invernadero, ajenos a los verdaderos problemas del país. Ha llegado la hora de que nosotros continuemos la tarea de todos los escritores que sí han servido y sirven a la Nación. Estamos aquí para desnudar los problemas y, cuando sea posible, plantear soluciones». Y finaliza como comenzó: «estamos para pelear juntos». Más allá de la apelación directa al destinatario, la respuesta es dirigida a cualquier lector con el mismo problema.

Durante el mes de julio se agregó la columna fija «No sólo para intelectuales» en que se publicaban breves notas y novedades, y desde allí el 20 de agosto de 1963, el compañero Rey, haciéndose eco de esa carta [del lector Peña], solicita que concreten la iniciativa, a lo que se responde desde la revista que «estamos preparando, como primer paso, una lista de libros de autores nacionales que merecen ser rescatados y difundidos como pivotes de una lucha por una cultura nacional y popular a través de toda nuestra historia». Pero también, por los precios prohibitivos de los libros, se hace pública la iniciativa del compañero Pastor de crear una bolsa del libro viajero, que consiste en que los lectores que posean una biblioteca separen algunos libros que estimen importantes y los remitan a la dirección que anunciarán en un futuro próximo, para ser distribuidos entre los trabajadores del interior y la capital que lo soliciten. La columna «No sólo para intelectuales», a modo de ejemplo, el 23 de noviembre de 1963 incluía información sobre una muestra de obras de Ricardo Carpani en la galería Van Riel, la noticia de que *Eudeba* acababa de publicar una selección de cuentos de Fray Mocho ilustrado por Basaldúa, de características y precio similares al *Martín Fierro*, que «con impresionante aceptación del público ilustra Castagnino», y el anuncio de *Fondo de Cultura* de México de la próxima distribución en Argentina del libro de Franz Fanon *Los condenados de la tierra*.

La búsqueda de la revista de actuar como intermediario entre el público y los escritores incluía la pregunta «Nuestras revistas literarias: ¿sirven para algo?» (en el número 3 del 21 de junio de 1963). Ese artículo comienza con la aseveración de que Buenos Aires aparecen más periódicos culturales que en cualquier otra capital latinoamericana y con las preguntas «¿A quiénes llegan?» y «¿hasta qué punto sirven para algo?». Las revistas de las que se ocupa el artículo son descriptas como aquellas que logran tiradas de hasta 6000 ejemplares, hechas por escritores jóvenes de izquierda, «que suelen jugarse denunciando al régimen y proporcionando a veces algunas buenas traducciones extranjeras y una que otra colaboración de autor nacional digna de tenerse en cuenta». Pero no logran profundizar en «los temas nacionales». Se menciona que en una reunión reciente en la Facultad de Filosofía y Letras, los directores de distintas revistas literarias se mostraron autojustificándose y culpándose mutua-

mente, y pudo verse la incomunicación y la incapacidad de generar un programa de puntos mínimos de acuerdo entre quienes luchan contra la oligarquía y el imperialismo. Desde *Compañero* se buscaba entablar un diálogo que señale la validez real de la *Revista de Liberación*, *El Escarabajo de Oro* y los demás periódicos culturales ya que existe una incomunicación entre los intelectuales y la realidad y de los intelectuales entre sí; se buscaba contribuir a la creación del contacto entre los escritores y «esta realidad que sufre el país, que sufren nuestras mayorías». Señalar aciertos y denunciar contradicciones sería la base para un diálogo hacia la creación de una auténtica cultura nacional de mayorías «con la que estamos todos de acuerdo», «deberá sobrevenir», «por cuyo advenimiento luchamos». La realidad nacional entonces sería aquello que sufren las mayorías, mientras que la auténtica cultura sería aquello que se comparte pero que al mismo tiempo aún queda por construir. La columna «No sólo para intelectuales» en el número del 23 de julio de 1963 se dirige a la revista *El Escarabajo de Oro* preguntando, como «palo amistoso», si están seguros que el último editorial lo entendió alguien que no concurra a las veladas del café Tortoni, si mucha gente entiende del todo ese lenguaje estudiantil y críptico que tanto los fascina, pero se aclara a su vez que el número contiene también notas de valor, presentándose *Compañero* de este modo como interlocutor de las revistas de la nueva izquierda.

La atención por parte de la revista a la lógica del mercado era tan marcada que incluía las novedades de libros, las revistas literarias y la venta de libros en kioscos. Podemos ver en el artículo «¿Cuántas novelas de kiosco lee usted por día?» del 12 de agosto de 1963, que basándose en una encuesta -una investigación entre autores, editores y kiosqueros- se llega a la conclusión de que se producen novelas de kiosco de tiradas de 50.000 ejemplares y en algunos casos de 200.000, mientras que un novelista argentino de mucho éxito logra vender 15.000 ejemplares, pero esa cifra es un triunfo fabuloso, generalmente los autores se conforman con vender ediciones de 3.000 o 4.000 ejemplares, que también es todo un logro. En cuanto a los lectores, «el público está solo». Es el capitalismo el que explota la situación del acceso de las grandes mayorías a la lectura modelando su gusto con sustitutos que nada tienen que ver con la literatura. Uno de los encuestados afirmaba:

> «¿Literatura? Están muy caros los libros. Una novelita cuesta diez pesos. O sino una revista de historietas. Todos dicen siempre lo mismo. Uno las lee cinco veces y da lo mismo agarrar esta que aquella. Pero ¿qué quiere que haga? Yo tengo que mantener a mi madre, mi mujer, mis hijos, mis dos hermanitas y una abuela enferma. Laburo de las siete a las doce de la noche ¿Se cree que tengo tiempo para leer cosas tristes? Para miseria ya tengo bastante con la mía ¿Sabe quién lee libros? Los que tienen tiempo. Entonces se aburren, y como tienen plata, porque los libros están por las nubes se compran un libro. Pero yo no. Y que quiere que le diga. Esto que leo acá son todos grupos, exageraciones, macanas para matarse de risa. - ¿Y por qué las lee entonces? El reporteado se encoge de hombros. - Y que quiere que haga».

Quien escribe la nota concluye que ese lector «no conoce nada mejor» y se pregunta «¿Pero cómo hacer que lo conozca? ¿Cómo hacer que este hombre lea otros libros que no sean estos de kioscos?». Así definido, el problema de los lectores que leen la literatura equivocada atañe tanto a escritores, editores y también a los revolucionarios, y

se trata de un problema moral. Porque al «régimen le conviene que este hombre siga como está», pero «cuando lea otras cosas se va a convertir en un elemento peligroso. Tratará de poner en limpio esa confusa bronca que siente, esas ganas de acabar con los factores de poder que nos controlan a todos y que lo tienen a él donde está, abrumado, con su magro presupuesto sus diez horas diarias de trabajo en la calle, sus novelitas para olvidarse de cómo está, de todo lo mal que está». La actividad de leer es considerada aquí como un elemento disruptivo en cuanto lo que se lea sean los textos adecuados. No hay una preocupación porque las personas lean, sino por qué es lo que leen y podrían leer. Por ello «cada escritor debe hacer su contribución que ayude a ver esta realidad nacional como mejor pueda». Pero esto no es suficiente, ya que la pregunta es cómo llegar al gran público. La respuesta, en lo mediato es «un cambio de estructuras en el país que permita la formación de una auténtica cultura popular de mayorías», es decir que en el futuro es desde el Estado que podría lograrse; mientras que en lo inmediato, la inspiración del pasado parece dar algunos indicios de respuestas. Se señala que en 1930 muchos escritores del grupo Boedo hacían ediciones de 20 a 30.000 ejemplares. «Cifra reveladora» para el Buenos Aires de hace 30 años, llegar por lo menos a un núcleo igual de lectores es una de las obligaciones del escritor argentino. Esta es una solución provisoria porque así se llegará a un público potencial, de clase media y trabajadores esclarecidos que lo están esperando, pero persiste el problema de la enorme mayoría que «como nuestro entrevistado patalea enfurecido contra las novelitas pero las siguen leyendo, atrapada por el sistema». Es así que una de las maneras de «romper el cerco» sería la creación de una impresora que lleve aún más a fondo y en otros terrenos los logros que en su ámbito realiza ya *Eudeba*, la editorial de la Universidad de Buenos Aires, pero también se trata de una iniciativa que llega al público que ya la espera. La respuesta a cómo llegar a quienes no saben que existe otra cosa que su realidad personal y las novelitas que le sirven de paliativo es «una revolución que pueda crear más cultura para las más amplias mayorías». Los pasos a seguir en esta empresa entonces son tres: los autores que se atrevan a volcarse sobre la realidad y escribir para esa vanguardia de decenas de miles de lectores que los están esperando; vadear el abismo y llegar a ese inmenso público de las novelas de kioscos con libros baratos, instructivos, liberadores que ayuden a detenerse a pensar, y finalmente el tercer paso definitivo «tendremos que darlo todos juntos, cuando hagamos que estas estructuras dejen de servir a la oligarquía y exprese fielmente a la Nación». La intervención desde el mercado es entonces necesaria hasta que pueda realizarse desde el Estado.

Hemos podido recuperar aquí las «ideologías lectoras», noción que refiere a las ideas sobre fines y modos de leer, a los sistemas de ideas o representaciones sobre el leer que incluyen representaciones sobre el rol del lector, los textos privilegiados para ser leídos, la finalidad de la lectura, los modos en que la lectura debe realizarse, sus espacios y tiempos requeridos- que, en la medida en que están articulados con formaciones culturales, políticas y sociales, participan de las relaciones de dominación social, tendiendo a mantenerlas o transformarlas (Di Stéfano, 2013, pp.12 y 22).

3.5 *Sudestada*, de Ortega Peña y Duhalde

Como dijimos, Rodolfo Ortega Peña y Eduardo Luis Duhalde habían intentado unos primeros pasos en la edición en la brevísima experiencia de *Lanza Seca*, pero fue su proyecto en *Sudestada* -creada a fines de 1965- el de mayor envergadura y trascendencia.

De acuerdo tanto a los biógrafos de Ortega Peña (Celesia y Waisberg, 2007) como a la reconstrucción de la tradición de pensamiento nacional realizada por Hernández (1997, p. 96), el nombre de la editorial fue tomado de la casa que José María Rosa tenía en Maldonado, Uruguay. Que a su vez la había bautizado en homenaje al vendaval rioplatense por una circunstancia histórica: en el invierno de 1806, la sudestada había ayudado a Santiago de Liniers a burlar a los buques ingleses, en su cruce desde la Banda Oriental para reconquistar Buenos Aires. Ese mismo temporal sorprendió al buque británico *Justine* que quedó varado y fue abordado por un grupo de jinetes criollos. Al frente de ellos iba Martín Miguel de Güemes, pariente lejano de los Peña.

Para el armado de *Sudestada* contaron con el apoyo de Arturo Peña Lillo, quien ya los había editado ese mismo año[40] y los alentó en la nueva empresa. Los acompañó al Banco de Italia y Río de la Plata para que abrieran una cuenta corriente, y les presentó al gerente. Todo era de a dos, «Cuando los veía venir, Jauretche decía ahí vienen Felipe y Varela, porque siempre estaban juntos, todo lo que me proponían era juntos», recordaba Peña Lillo. Contaban con el estudio jurídico para funcionar y con un creciente grupo de amigos militantes, escritores e historiadores dispuestos a colaborar. El grupo de amigos que nucleaba *Sudestada* incluía a Roberto Carri, autor de *Sindicatos y poder en la Argentina*, editado en 1967. Por la mañana funcionaba el estudio, y por la tarde la editorial, como recordaba Horacio «Lalo» Painceira[41], quien además la describe en estos términos: «tenía un financiamiento mágico, era una calesita». Iban a buscar cheques al estudio de Pino Solanas y Osvaldo Getino y después devolvían la plata, también había algún aporte solidario, porque Ortega Peña tenía vínculos y era muy respetado, algunos cedían sus textos y no se pagaban derechos de autor. Había una imprenta socialista que recibía cheques y era parte de la bicicleta. A la editorial también iba guita que ganaban Eduardo y Rodolfo como abogados». Lalo corregía manuscritos y trabajaba en la imprenta. En un trabajo de José María Rosa sobre la revolución del ’90, después de hacer las correcciones, iba a la casa del historiador y le leía los textos para ver si los había interpretado bien. Se enfatiza en que el trabajo era a pulmón y con muy poco dinero, marcando una ética del editor, una imagen de sacrificio que se asocia a la del militante en la época, y a la del fracaso como característica de aquellos que están al servicio de la patria.

El primer libro como autores, *El asesinato de Dorrego*, editado en la colección *La Siringa* en 1965, generó una reseña elogiosa el 2 de diciembre de 1965 y un reportaje

[40] Recordamos aquí el título, número 34 de *La Siringa*, *El asesinato de Dorrego; poder, oligarquía y penetración extranjera en el Río de la Plata*, por Rodolfo Ortega Peña y Eduardo Luis Duhalde

[41] Actor que cobijaron en su oficina. Había trabajado en *Primera Plana* como periodista de la sección cultural , y con el proyecto de hacer teatro político y nacional, los encaró en la calle cuando los reconoció y les contó su proyecto para que lo asesoren en lo histórico. Discutían textos y guiones, se hicieron amigos y sus representamtes legales. Panceira provenía de la izquierda marxista y «comenzamos un viraje con Hernández Arregui que fue tendiendo a Fanon y los movimientos de liberación. Leímos *Los Condenados de la Tierra* y eso nos llevó a tener una posición crítica de la izquierda tradicional argentina» (Celesia y Waisberg, 2007).

Figura 3.5: Foto en *Confirmado*, 2 de diciembre de 1965. Archivo Laura Peña

en la sección correspondiente de la revista *Confirmado*[42] con el título «Un disparo en la oscuridad» (p.42) Allí, eran presentados como «los abogados penales de la CGT», que estaban empeñados en lograr una síntesis entre marxismo y peronismo, y que daban cursos de historia en las cárceles. CONDOR, organización de la que formaban parte, era presentada como «una de las fracciones de la juventud peronista». El periodista opinaba que «aunque este libro esencialmente polémico puede ser objeto de críticas a algunas de sus tesis, esencialmente aquellas que implican fundamentaciones ideológicas, constituye una de las mejores aproximaciones a la verdad histórica que se hayan producido respecto de la trayectoria de Dorrego». La edición de este libro coincidió con el asesoramiento de Peña Lillo para conformar *Sudestada*. (Ver 3.5)

Catálogo (en orden alfabético por apellido del autor):

Aloé, Carlos, *Gobierno, proceso, conducta* 1969
Armesto, F. *Mitristas y alsinistas* 1969
Cascella, Armando, *La traición de la oligarquía*, 1969
Ceresole, Norberto, *Perú: una revolución nacionalista*, 1969[43]
Calzadilla, Santiago, *Las beldades de mi tiempo*, 1969
Jaime María de Mahieu *Tratado de sociología general*
Fernández Pardo, Carlos, *Nazario Benavidez, caudillo federal*, 1969. (Prólogo de Rodolfo Ortega Peña y Eduardo Luís Duhalde).
García, Pedro Andrés *Viaje a Salinas Grandes*, 1969[44]
García Lupo, Rogelio. *Contra la ocupación extranjera*, 1968
Gianuzzi, Joaquín, *Las condiciones de la época*, 1967
González, Natalicio *La guerra al Paraguay (Imperialismo y nacionalismo en el Plata),*

[42] *Confirmado* era una revista semanal de noticias con influencia en los sectores medios. Luego de dejar *Primera Plana*, Jacobo Timerman pasa a editar *Confirmado* con un estilo de periodismo innovador similar a la anterior publicación. Disputa el mismo espacio de clase media sin alcanzar a *Primera Plana*. Con una tirada de 50.000 ejemplares, existió intermitentemente entre mayo de 1965 y diciembre de 1980 (Carman, 2015, pp. 153-154)

[43] «Exposición desordenada del pensamiento político de algunos lideres de la revolución que incluye riesgosas especulaciones geopoliticas del autor». En *Los Libros* N° 5 Noviembre 1969, p. 31.

[44] «A más de cien años de su publicación se reedita este singular capítulo de la conquista del desierto en la época virreinal». En *Los Libros* N° 2, agosto 1969, p. 30

Francisco Solano López *Pensamiento político*, 1969[45] (Estudio preliminar de Rodolfo Ortega Peña y Eduardo Luís Duhalde)

Murray, Luis A. *Pro y contra de Alberdi*. (Primera edición en Coyoacán, 1960). Reeditado en 1969, incluyendo prólogo de Fermín Chávez.

Ortega Peña, Rodolfo; Duhalde, Eduardo L. *Felipe Varela contra el imperio británico*, 1966. (reeditado por Editorial Schapire, 1975).

Ortega Peña, Rodolfo; Duhalde, Eduardo L. *Las guerras civiles y la historiografía*, 1967.

Ortega Peña, Rodolfo; Duhalde, Eduardo L. *Folklore argentino y revisionismo histórico (La montonera de Felipe Varela en el cantar popular)*, 1967[46]

Ortega Peña, Rodolfo; Duhalde, Eduardo L. «Felipe Varela y la toma de Salta (El caudillo montonero y la deformación de la historia liberal)». Estudio preliminar a *Proceso a la montonera de Felipe Varela por la toma de Salta*, 1968 [47]

Ortega Peña, Rodolfo; Duhalde, Eduardo L. *Baring Brothers y la historia política argentina*, 1968.

Ortega Peña, Rodolfo; Duhalde, Eduardo L. *El Manifiesto de Felipe Varela y la cuestión nacional*, 1968. (reeditado por Eudeba, 1974).

Ortega Peña, Rodolfo; Duhalde, Eduardo L. *San Martín y Rosas. Política nacionalista en América*, 1968.

Rodríguez, Martín *Diario de la expedición al desierto*, 1969[48]

Ramírez Novoa Ezequiel *Perú. petróleo y revolución*, 1969

Rosa, José M. *El cóndor ciego. La extraña muerte de Juan Lavalle*. (Editorial Federación, 1952). Reeditado por Sudestada, 1967 y luego por Peña Lillo, 1973.

Rosa, José M. *Estudios revisionistas*, 1967.

Villegas, Conrado *Expedición al Nahuel Huapi*, 1969[49]

El catálogo presenta una preferencia por el relato histórico testimonial, a partir de relatos en primera persona de los protagonistas de hechos históricos, contando «lo que sucedió», y compilaciones de fuentes precedidas por un Estudio preliminar, que refieren a la creencia en el documento como garantía de la verdad histórica evidente en sí mismo y «de primera mano». En cuanto a los temas, podemos reconocer la preponderancia de una historia de caudillos, y en especial, como era esperable, de Felipe Varela. Hasta aquí en cuanto al pasado nacional, si tomamos literalmente el nombre de la colección «Presente político», que incluía:

Felipe Vallese: proceso al sistema, de Rodolfo Ortega Peña y Eduardo Luís Duhalde[50]

---

[45] «Un estudio de Ortega Peña y Duhalde sobre el Paraguay nacionalista, prologa las cartas y documentos del héroe de la resistencia contra Mitre» En *Los Libros* N° 3, setiembre 1969, p. 30

[46] Desde el título podemos ver que *Sudestada* también participaba del interés por la poesía popular de la época que marcaba a su vez el éxito editorial del *Martín Fierro*, como vimos en el apartado 2.3

[47] «En polémica con la historiografía liberal, el prólogo de Ortega Peña y Duhalde enmarca las actas judiciales, publicadas por primera vez en este volumen». En *Los Libros* N° 2, agosto 1969, p. 30

[48] «Testimonio de la expedición de 1823» En *Los Libros* N° 2, agosto 1969, p. 30

[49] «En 1881 el general Villegas concluye la conquista del desierto iniciada por Roca.» En *Los Libros* N° 2, agosto 1969, p. 30

[50] En la edición original, la Unión Obrera Metalúrgica de la República Argentina aparece como autor aunque Ortega Peña y Duhalde figuraban como sus autores en el interior del libro, y éste fue editado y firmado por la UOM: *Felipe Vallese: proceso al sistema*, UOM, agosto de 1965. Esta edición tuvo una tirada de 20.000 ejemplares. La reedición de 1967, realizada por *Sudestada*, fue de 5 mil

Figura 3.6: Tapas de la colección *Dinámica Nacional* de *Sudestada*

Sindicatos y Poder en Argentina de Roberto Carri,
Ejército y semi-colonia de Jorge Abelardo Ramos en 1968.
Mi país y sus mujeres de Vera Pichel
El proletariado en la Revolución Nacional de Rodolfo Puiggrós (Argumentos, 1958). Reedición en 1968.
Ejército y política nacionalista, de Norberto Ceresole

Sin embargo, podemos notar la presencia de dos obras históricas de Ramos y Puiggrós. La colección presente político recogía temas de actualidad en la cual el pasado aparecía formando parte del presente, indiferenciado. Aunque, por otra parte, aunque en el interior de los libros se presentara la lista de títulos de la colección, las obras no compartían la misma estética de tapa, ni alguna indicación de que conformen un conjunto, para poder ser asociadas unas con otras. Distinto es el caso de las obras *Decíamos ayer...*, de Leonardo Castellani, *Allá lejos y aquí mismo*, de Ignacio Anzoátegui, y de Enrique Osés, *Medios y fines del nacionalismo* (edición original de 1941 en Editorial *La Mazorca*, fundada por Adelqui Santucci, un nacionalista del entorno de Osés), que conformaban la colección *Dinámica Nacional*, coordinada por Alejandro Sáez Germain. (Ver3.6)

Nos interesa detenernos en la colección *Dinámica Nacional*, que coordinó Alejandro Sáez Germain, y estaba destinada a nacionalistas clásicos. En la contratapa de *Allá lejos y aquí mismo*, Ignacio A. Anzoátegui era definido como «católico ultramontano y ultra nacionalista, admirador convicto y confeso de Juan Manuel de Rosas» (Celesia y Waisberg, 2007). Alejandro Sáez Germain había sido miembro del grupo Ossorio del Movimiento Nacionalista Revolucionario Tacuara a comienzos de la década. Sáez Germain había diseñado una de las tapas del periódico *Barricada*. Ante el pedido del director de la publicación en su segunda etapa de «hacer una portada más fuerte, más viril y más violenta», se habría inspirado en las obras del artista argentino Ricardo Carpani para lograr el nuevo diseño (citado en Galván, 2007, 54, entrevista a Emilio di Roccabruna, 28-02-2007).

Eidelman (2004) llama la atención sobre el nacionalismo de derecha en el catálogo

ejemplares(Eidelman, 2004, pp. 45 y 48). Como indicamos en el apartado 3.2, la investigación había sido realizada con anterioridad por Pedro Barraza y publicada en *18 de Marzo*.

de *Sudestada*. La editorial publicó trabajos de distintos historiadores peronistas como José María Rosa y simpatizantes del movimiento como Rodolfo Puiggrós y Jorge Abelardo Ramos. De los publicistas nacionalistas de los años 30, reeditó a Leonardo Castellani, Ignacio Anzoátegui y a Enrique Osés. Anzoátegui y Castellani habían sido en los años 30 importantes representantes del nacionalismo católico y el último estaba vinculado a la Alianza Libertadora Nacionalista en los 40. Osés fue uno de los principales referentes del filofascismo local y director de varios órganos nacionalistas como *Criterio*, *Crisol* y *El Pampero*. *Sudestada* también editó trabajos de uno de los principales referentes ideológicos de Tacuara, Jacques Marie De Mahieu.

Desde el punto de vista del catálogo editorial, la decisión se vincula a nuestro entender no tanto con las ideas expresadas allí sino, por un lado, a los nacionalistas como destinatarios imaginados. En especial los jóvenes. Ortega Peña y Duhalde propiciaban acercamientos con estos grupos como vimos en el caso de *Lanza Seca*. Duhalde lo llamó «jugar en todo el tablero» en las entrevistas de 2002 realizadas por Ariel Eidelman (2004, p. 79). El manifiesto del grupo Cóndor de 1964 declaraba «una guerra sin cuartel» a los «marxistas» entre comillas, a los partidos y grupos que con la etiqueta de la izquierda degradaron al marxismo a formas colonizadas de la oligarquía liberal y mitrista, mientras que a las distintas tendencias dentro del nacionalismo «CÓNDOR los insta a despojarse de prejuicios falaces y entumecedores, recibidos por tradición familiar»[51] (reproducido en Baschetti, 2012, p. 393), o por la propaganda del imperialismo, y comprender. Dan como ejemplo de la importancia del marxismo el hecho de que la Iglesia acepta ahora las verdades del marxismo, haciendo evidente que se dirigen a un destinatario que, proviniendo del catolicismo o posiciones conservadoras, acepte también el marxismo como tradición. Por otro lado, ese mismo manifiesto expresa insistentemente la necesidad de nacionalizar las clases medias, por lo que habría quizás un intento de derribar prejuicios y hacer conocer el nacionalismo a un público más amplio. Además de los nacionalistas como destinatarios, podemos pensar que las fronteras entre lectores de espacios ideológicos-políticos diversos comenzaban a ser más difusas, y eso se buscaba activamente desde la conformación del catálogo.

Tanto la búsqueda por parte de los hombres de la izquierda nacional de interlocutores entre los jóvenes identificados con el nacionalismo conservador, como la de hacer conocer ideas nacionalistas, explica reacciones como la publicación «¡Cuidado con la Izquierda Nacional! Un nuevo disfraz» en *Barricada Nº 2*[52]. Allí se señalaba que

[51] Un ejemplo de los posibles destinatarios de esta recomendación era Alberto Ezcurra Uriburu, uno de los principales referentes de Tacuara entre 1958 y 1964, hijo de Alberto Ezcurra Medrano, uno de los fundadores del Instituto de Investigaciones Históricas Juan Manuel de Rosas.

[52] El artículo/panfleto está firmado por «M». El nombre completo de la revista era *Barricada del nacionalismo revolucionario. Órgano del movimiento nacionalista revolucionario Tacuara MNRT*. Boletín oficial de cuatro páginas cada número, figuraba como director Carlos Guayama. Existió durante el año 1963, el número que citamos corresponde a noviembre de ese año. Este periódico era el órgano de difusión de la subdivisión del MNRT liderada por Alfredo Ossorio. Su núcleo principal se constituyó a partir del Comando Belgrano del antiguo Movimiento Nacionalista Tacuara. Las publicaciones *Tacuara (MNT)* y *Barricada* prefiguraban un Lector Modelo con un bagaje político más rico, más experimentado y maduro en comparación a otras publicaciones de la historia del movimiento Tacuara, aunque se repite casi de modo invariable el enunciador objetivo y pedagógico, que sólo en *Barricada* (y en menor medida en *Tacuara* del MNT) incorpora elementos retóricos de mayor sofisticación. Se continúa con la tradición de intercalar las notas con lemas recuadrados, la inclusión de una sección con las actividades de la agrupación («Reseña de actos») y también se incorpora la sección «Para la biblioteca del camarada», con el fin de seguir guiando la formación del

> «Resulta cada vez más difícil para los marxistas actuar abiertamente. Nadie les da más bolilla, salvo algunos intelectualoides de décima categoría, y menos los proletarios que vivieron la época pre-revolucionaria del peronismo. Para poder actuar eficazmente, comunistas y trotzkistas tienen que disfrazar su pensamiento y sus propósitos adoptando un lenguaje nacionalista. Es esto lo que hacen, entre nosotros, los heterogéneos integrantes de la "Izquierda Nacional". El comunista Astesano, el trotzkista Ramos, el frigerista Valotta y el indefinido Hernández Arregui se proclaman peronistas y hasta rosistas y se infiltran en organizaciones más auténticamente nacionales. Poco importa que un Hernández Arregui obre de buena fe, y un Valotta, reciente defensor de los contratos petroleros, evidentemente no: no estamos juzgando el nivel moral de estos señores sino los resultados de su acción conjunta».

Ortega Peña y Duhalde buscaron coincidencias con los grupos que habían demostrado esta desconfianza sólo unos pocos años antes. La fuente además nos permite aproximarnos a la disputa por el público, de los jóvenes con alguna sensibilidad nacional, y nos deja ver todo el arco que podía identificarse con la izquierda nacional y las diversas trayectorias de cada uno de los referentes.

3.6 Eudeba bajo la presidencia de Arturo Jauretche (1973-1974)

Unos años después se repiten algunos de los títulos y varios autores en el catálogo de Eudeba, durante la primavera camporista, momento que constituye un intento de re-popularizar la editorial y retomar las iniciativas que había tenido la gestión de Boris Spivacow entre 1958 y 1966 (Gociol, 2012). Rodolfo Puiggrós, ahora rector de la Universidad de Buenos Aires -rebautizada Universidad Nacional y Popular de Buenos Aires-, designó un nuevo directorio encabezado por el escritor Arturo Jauretche como presidente y al periodista Rogelio García Lupo a cargo de la dirección ejecutiva. Esta breve experiencia se desarrolló bajo la premisa de que «*Eudeba* debe estar al servicio de una cultura nacional y popular» del mismo modo que había múltiples proyectos de cambio para la Universidad en su conjunto: suprimir el examen de ingreso, la ampliación de los horarios de cursada, modificaciones en el funcionamiento como el debate colectivo de los planes de estudio, reuniones en sustitución de clases teóricas y prácticas, relacionar el contenido académico con la realidad nacional y del Tercer Mundo para todas las carreras, entre otros. Para el caso específico de *Eudeba*, se incluyeron en las reuniones de directorio a representantes de los empleados, se decidió movilizar el stock de libros nacionales y lanzar el concurso *Gran Premio de Ensayo Raúl Scalabrini*

militante a través de recomendaciones bibliográficas. En esta sección se incluye, llamativamente para Galván, la obra de Jacques Maria De Mahieu: *La economía comunitaria*. Le llama la atención quizás porque en lo discursivo, *Barricada* no tenía los fuertes componentes fascistas, anticomunistas y antisemitas de sus antecesoras y su contemporánea *Mazorca*, y era más cercana al peronismo y a los sectores populares. Aunque en lo iconográfico el culto a la heroicidad y a la virilidad, en el antiliberalismo y en considerar la época de Rosas como utopía de la acción política las acercaba, el nombre mismo de *Barricada* parece remitir al imaginario de luchas populares, alejándose de un MNT de corte más elitista (Galván, 2008, pp.45, 57, 69-70, 85-87).

Figura 3.7: Publicidad en *Cuestionario*, septiembre 1973

Ortiz, «con el propósito de fomentar la investigación sobre las formas que adopta la dependencia económica y cultural de la Argentina, su interrelación y sus manifestaciones concretas en el campo político»[53]. Las autoridades de *Eudeba* consideraron que el nombre de Scalabrini Ortiz «era la manera más apropiada de proponer un método de trabajo para los intelectuales comprometidos con su país y su época». En su resolución del 8 de febrero de 1974, el jurado -compuesto por el doctor Arturo Jauretche, el profesor Rodolfo Puiggrós, el doctor Arturo E. Sampay, el licenciado Ernesto Villanueva y el señor Rogelio García Lupo - propuso unánimemente que el Gran Premio fuera compartido por tres trabajos: *La dominación imperialista en la Argentina* del doctor Carlos María Vilas, *Dependencia y empresas multinacionales* del doctor Salvador María Lozada, y *Neocapitalismo y comunicación de masa* de Heriberto Muraro.

Los objetivos nacionales-populares se tradujeron a su vez en la creación de colecciones de libros y la renovación de las anteriores con un enfoque histórico-político (acta Nº 256 citada por Gociol, 2012, p.53). El primer plan de obras presentaba la colección *América Latina Libre y Unida*, cuyos títulos y autores marcan que se trata de experiencias revolucionarias (o al menos entendidas de ese modo) narradas por los protagonistas: *La Revolución Peronista*, de Héctor Cámpora, *La Revolución Chilena*, de Salvador Allende, *La Batalla del Canal de Panamá*, del General Omar Torrijos; *La Revolución Peruana*, del general Juan Velasco Alvarado. Además, Jorge Abelardo Ramos, en su carácter de colaborador de la editorial, había «entrevistado al teniente general Juan Domingo Perón a fin de solicitarle su colaboración en esta nueva etapa de EUDEBA», y de esa conversación surgió la posibilidad de hacer una entrevista grabada para el libro *La Revolución Latinoamericana* que integraría esta colección (Acta Nº 241 del 30 de agosto de 1973 citada por Gociol. 2012, p.54). Las tapas de los libros reforzaban ese protagonismo de grandes hombres (ver la figura 3.7)

También se proyectó la edición de las *Obras Completas* de Leopoldo Lugones, Ma-

[53]Las citas en este párrafo provienen de la contratapa de Lozada, Salvador María, *Dependencia y empresas multinacionales*, Buenos Aires, Eudeba, 1974.

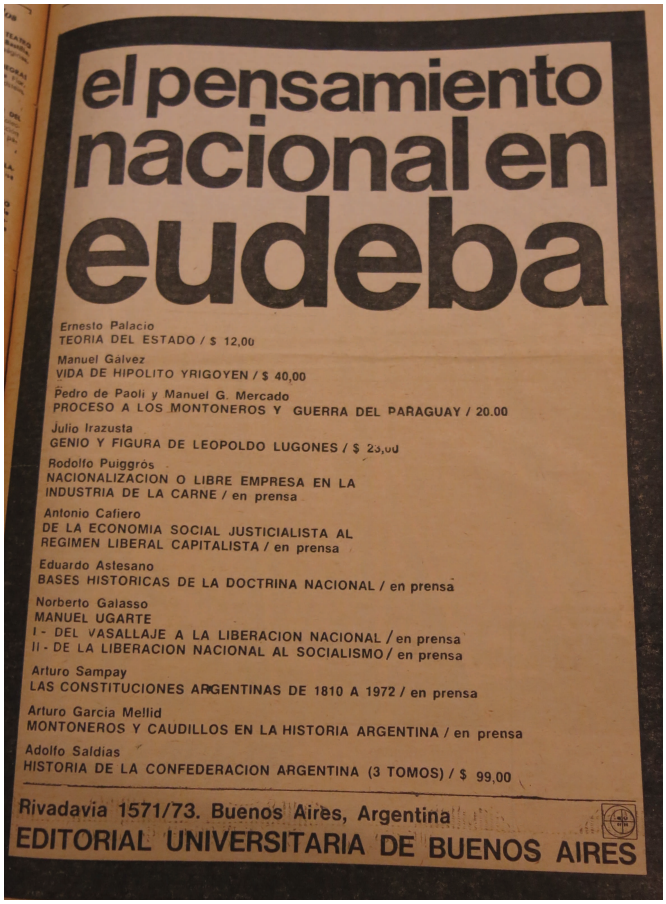

Figura 3.8: El Pensamiento Nacional en Eudeba, publicidad en *Cuestionario* de febrero de 1974

nuel Ugarte y Carlos Astrada.

Cuando en 1974 Eudeba renueva sus autoridades, Arturo Cambours Ocampo es nombrado director ejecutivo. A cargo del manejo administrativo y editorial, le pidió a Arturo Peña Lillo que lo acompañara como asesor (los unía una amistad, y Peña lo había publicado):

> «A nuestra gestión le tocó ser el verdugo de la producción debida al anterior directorio. Durante el año 1973 el gobierno peronista le otorgó un cargo «consuelo» a Arturo Jauretche, designándolo presidente de *Eudeba* y a Rogelio García Lupo, director ejecutivo. Esta gestión había editado el libro de Luis Alberto Herrera, *La culpa mitrista*; *Manuel Ugarte - del vasallaje a la liberación*, de Norberto Galasso; también los libros de Velasco Alvarado, de Omar Torrijos y de Salvador Allende, que marcaban un tiempo de aggiornamiento latinoamericano que pronto se revertiría. Fue durante mi permanencia en *Eudeba* cuando se recibió la orden de que estos libros fueran sacados del catálogo y negada su venta. El gobierno del país, en ese momento, estaba encabezado por Isabel Martínez de Perón. La gestión de Cambours Ocampo poco duró. Meses apenas» (Peña Lillo, 2004, p.102)

El pensamiento nacional en *Eudeba*, según se publicaba en febrero de 1974 (ver

3.8), ofrecía libros en continuidad con lo editado entre 1966 y 1972, con novedades en prensa que desde los títulos y autores marcaban una tendencia hacia la izquierda nacional. Pero cualquier intento de estabilizar un catálogo en este período es en vano, entre mayo de 1973 y marzo de 1976, *Eudeba* tuvo cinco directorios diferentes, imposibilitando un funcionamiento empresarial y cultural coherente, sea cual fuere su perfil ideológico (Gociol, 2012, p. 62). Lo que nos interesa resaltar aquí es que para 1974 aparecía conformado un «pensamiento nacional» reconocible en títulos y autores de diversas trayectorias, períodos y temas históricos. Lo cual también podía reconocerse en la contemporánea revista *Crisis*[54], en la que de acuerdo a De Diego (2010), parecía darse por sentado el contenido nacional y cuál era el conjunto de autores que fueron delineando ese contenido en las décadas anteriores, recuperando las obras de Perón, Jauretche, Cooke, Scalabrini Ortiz, Lugones, Hernández Arregui, Manuel Ugarte, Fermín Chávez, el padre Castellani y Ernesto Palacio, soslayando posibles contradicciones por sus diversos posicionamientos o trayectorias.

El «pensamiento nacional» se vincula a la figura del «editor nacional» en la serie de entrevistas publicada en el diario *Mayoría*[55], el 8 de septiembre de 1974, bajo el título «América Latina mercado natural del libro argentino» cuyo epígrafe es «Cuatro editores dan testimonio». La nota consiste en una encuesta a «Cuatro editores, cuatro hombres identificados con la línea nacional, cuatro infatigables buceadores de nuestro pasado histórico, consideran al libro argentino un arma de lucha. Arma mediante la cual concientizaron a toda una generación». Los editores que participan de la encuesta y reciben esta descripción son: Rogelio García Lupo, director ejecutivo de *Eudeba* a partir de 1973, Lorenzo Marengo, director editorial de *Plus Ultra*, Jorge Orús, gerente de *Theoría*, y Arturo Peña Lillo, director ejecutivo de *Editorial Peña Lillo*.[56] El comentario del periodista comienza con un diagnóstico:

> «No hace mucho que los argentinos comenzamos a tomar conciencia de nuestra realidad nacional. Frente al penumbroso pasado histórico, académico y oficial, el revisionismo fue la primera luz. Y el argentino juzgó hechos, hombres, circunstancias. En esta indagación de causas y efectos, los editores de libro de autor y de temática nacional fueron trinchera. Ganada la batalla, *Mayoría* consulta a cuatro editores, pioneros en la difusión de libros de autor argentino».

Está ganada la batalla hacia mediados de 1974: Entre las respuestas, Peña Lillo, como dijimos, se destaca entre las demás, pero puede verse que todos los casos comparten

[54]Revista cultural dirigida por Eduardo Galeano de aparición mensual, publicó 40 números regularmente entre mayo de 1973 y agosto de 1976. De gran alcance, tuvo tiradas de 25.000 ejemplares (De Diego, 2010, p.412)

[55]Diario dirigido por Tulio Jacovella que existió entre noviembre de 1972 y marzo de 1976. Carman lo describe como un matutino identificado con el nacionalismo peronista ortodoxo. Con una tirada promedio de 80.000 ejemplares, se autodefine como «un diario de opinión y doctrina»(2015, p. 435). Tiene un antecedente con el mismo nombre y director, de publicación semanal entre 1957 y 1960, cercano al nacionalismo católico, continuación de *Esto Es*. En una publicidad de julio de 1973 en *Cuestionario* se ofrecía «Para un Mayo con Octubre. Mayoría. Un pensamiento nacional para mayorías nacionales. Mayoría. Diario de la mañana»

[56]Aunque el título de la nota le da importancia al mercado latinoamericano, sólo se menciona en los casos de *Eudeba* y el de Peña Lillo, quien por su parte afirma que se necesita un precio de competencia para «copar nuestro mercado natural: Latinoamérica», lo cual no está sucediendo. Además afirma que «editamos porque tenemos un problema político a resolver. Luchamos mediante el libro».

el hecho que los problemas, si los hubiere, son matizados por tener buena respuesta del público. *Eudeba* tenía algunas características particulares por depender de la universidad, pero sus problemáticas no inciden en el «acentuado auge particularmente del ensayo histórico, político y científico». Para *Plus Ultra*, el posible desajuste «se compensa con los nombres conocidos: Scalabrini Ortiz, Juan José Hernández Arregui, Abelardo Ramos, etc» . En el caso de *Theoría*, «Desde hace veinte años editamos solo a autores católicos y nacionalistas. Los problemas que pudimos tener al comienzo han sido concomitantes a todo cambio, a toda nueva experiencia. El resultado está a la vista: cada día se lee más al autor nacional». Los editores nacionales participaban entonces del pico de 1974 de la historia de la producción editorial que describimos en el apartado 2.1. Volveremos sobre este momento en los itinerarios de *A. Peña Lillo Editor*.

4 *A. Peña Lillo*. El editor exitoso de la izquierda nacional

4.1 Los orígenes de *A. Peña Lillo*

Desde la década del cincuenta, Arturo Peña Lillo fue el editor de un número importante de ensayos históricos de autores nacionales dirigidos, principalmente, a lectores argentinos. Los orígenes de la editorial *A Peña Lillo* son identificados por el editor mismo -en su autobiografía- con la edición de la *Historia de la Argentina* de Ernesto Palacio, en un solo tomo de 654 páginas, bajo el sello ALPE (ALonso-PEña) en el año 1954. La tirada de la primera edición fue de 4000 ejemplares y tuvo un éxito significativo en el mundo del nacionalismo tradicional porteño. En las distintas entrevistas al editor y sus memorias se indican el notable éxito de venta, el hecho de que sería el primer libro que lleva el sello *A. Peña Lillo* -aunque no fue así-, y al mismo tiempo, es recordado como instancia fundadora de una «conducta editorial». Nos interesa volver sobre este momento en su propia descripción autobiográfica - *Memoria de Papel* - que es el momento en su trayectoria vital en el que hace el paso de trabajador gráfico y empleado de librería, a editor. Acerca de sus inquietudes en ese comienzo, se define como lector:

> «Yo tenía tendencia a acercarme a la vida de los intelectuales. Siempre he sido un gran lector más que nada de las secciones bibliográficas de los diarios. Ahora revistas, como salen, de cultura. Y fui frecuentando y habituándome, pero yo era un obrero» (entrevista con Felipe Pigna, 2007)

Peña Lillo con anterioridad a *A. Peña Lillo* se había desempeñado en imprenta *Rosso* como trabajador, luego en la librería de *Hachette* especializada en libros de medicina y había tenido una breve experiencia editorial en sociedad con su amigo personal Federico Del Giúdice.[57] Peña Lillo además «no tenía la menor idea de quién era Ernesto Palacio». De ahí las dudas que le despertaba a él mismo y a sus socios una inversión tan importante en un autor que era reconocido «en un restringido sector del nacionalismo católico, que si bien no tenía relevancia pública era el generador ideológico de la derecha» . La decisión de editar la obra es producto del primer contacto del editor con un autor nacionalista, y se debió a que «el dato me lo pasó el anarquista español Diego Abad de Santillán en 1953. Me dijo que en el futuro iba a ser un best seller. Yo le dije ‹pero es un nacionalista› y me respondió ‹no importa, usted léalo igual›». Peña Lillo destaca su «perplejidad ante el respeto intelectual que había manifestado Don Diego por un escritor nacionalista» (Peña Lillo, 2004, pp. 52-53). Este relato fundacional marca la cuestión de las fronteras ideológicas: el historiador anarquista del

[57]Peña-Del Giúdice Editores existió entre 1952 y parte de 1953, con su socio inversor intentó los primeros pasos en la formación de un plan editorial.

movimiento obrero recomienda al ensayista del nacionalismo hispano-católico que recaló en el peronismo, rescatando el valor de la obra por sobre quién es o dónde se ubica quien la escribe.

«Entonces fui a ver a Palacio, que no tenía un peso, le anticipé unos derechos y lo terminó de hacer. De hecho, se transformó en el libro más requerido durante toda la época que tuve la editorial. Cuando vino Perón en 1973, sacaba una edición por semana. Se agotaba enseguida» (Entrevista con Vitale, 2005). Desde ese libro que considera fundacional publicado en 1954, la continuidad del emprendimiento editorial estuvo dada por la definición de un eje temático, caracterizado por una muy fuerte presencia de publicaciones que abordaban la historia política argentina y latinoamericana, y la voluntad del editor de dar cabida a escritores involucrados en la temática de ‹lo nacional›. Peña Lillo se benefició al asegurarse una identidad particular, a través del eje temático que fue definiendo la editorial en poco tiempo.

Los Alonso se retiraron luego de rescatar su capital, mientras que los autores «nacionales» se comenzaban a acercar a su editorial: «Sin mediar una voluntad mía, las circunstancias hacen que el nacionalismo de Palacio me contagie en sus más variadas formas: el nacionalismo sin aditamento, la izquierda nacional, los ‹nacionales›, los radicales con raíces rosistas e yrigoyenistas, y peronistas en sus más diversas tendencias. Yo asistía confundido ante prejuicios ideológicos inevitables» por su formación obrera. «Pero también fui descubriendo que se dice lo mismo con distintas palabras. Las formas enfrentan a los hombres sin advertir infinidad de veces que los une el fondo» (Peña Lillo, 2004, p.62).

La publicación de «autores nacionales», constituye para la editorial *A. Peña Lillo* la posibilidad de sostener una línea ideológica definida, construyendo una imagen de proyecto alternativo a aquellos que dominaban el mercado editorial en el momento de su creación: Peña Lillo describe su propio emprendimiento como una editorial ‹independiente› y ‹marginal›. Sin embargo, ya se ha observado que la "marginalidad" propia de Peña Lillo editor no ha tenido que ver con cuestiones referidas al éxito o fracaso comercial, ya que las reimpresiones indican que era exitoso en ese aspecto, sino que le ha adjudicado el carácter marginal de su emprendimiento al desprecio de las grandes editoriales hacia lo nacional y popular, lo cual estaría comprobado en el hecho que las publicaciones de Arturo Peña Lillo y sus autores no hallaran eco en los principales medios de comunicación de la época (periódicos, revistas). La denuncia de la marginalización de la que fuera víctima, opera entonces como construcción de una identidad editorial por parte de Peña Lillo (D'Alessio, 2007).

La mencionada edición del libro de Palacio en 1954 es fundadora de la editorial en este sentido de representación social y de distinción respecto de las demás editoriales según el mismo Peña Lillo. En otra entrevista, a la pregunta: «Y la gente que se vincula con usted, ¿por qué se acercaba?», responde:

> «Bueno, yo llego a tener cierto prestigio a través de la obra de Ernesto Palacio. Entonces, dada la orientación nacional de Palacio, muchos se empiezan a acercar, porque indudablemente la parte ideológica, la coherencia ideológica era muy importante en una producción. Que es de alguna manera lo que yo mantengo y logro, que es una conducta ideológica. Es decir, no editar por ejemplo al PC y después editar a Abelardo Ramos y así. Sino todo más o menos orientado, y respetar eso. (…) Yo en este

sentido respeté siempre la línea, no era de editar cualquier cosa».

Aunque ésta podría considerarse una definición puramente retrospectiva de su labor, podemos reconocer que operaba contemporáneamente, cuando, por ejemplo, rechazó poemas de Alejandra Pizarnik, argumentando que «no le convenía a ella publicar en una editorial donde no la iban a buscar porque nosotros no editamos poesía. Era una editorial puramente política, histórica, de modo que iba a perderse el libro allí».(Peña Lillo, 2004, p.47)

Esta inscripción en un «pensamiento nacional» se asocia en sus recuerdos por un lado con el empezar a «tener relación con pensadores del campo nacional» poco antes de la caída de Perón y, una vez que cayó, «tomé partido. Fue una revelación para mí». Consideró un error no haber apoyado a Perón antes y al editar la *Historia Argentina* de Palacio, se conectó con Jauretche, y adhirió «a la causa nacional». «Era un desafío porque el peronismo, como vehículo mayoritario de liberación nacional, no tenía una bibliografía que expresara sus ideas independentistas. Todo se vivía de una manera muy espontánea, sentimental y mediante discursos oficiales. Pero intelectualmente era necesario analizar un fenómeno como ese fuera de los esquemas liberales y de los discursos. Es una tarea que inician Spilimbergo, Abelardo Ramos, Jauretche. Los análisis que hace la izquierda nacional son reveladores y apabullantes… son nuevas ideas que a uno lo apasionan y por eso las apoyé desde mi lugar» (Vitale, 2005).

En la misma época que se vincula a Palacio conoce a Arturo Jauretche y luego se relaciona también con Jorge Abelardo Ramos. Para Peña Lillo el hecho de que Ramos lo haya felicitado por el libro de Palacio -aunque uno era de izquierda y el otro de derecha- era indicativo del rumbo que debía tomar su empresa editorial (López Ocón, 2007, p.50).

En las diferentes entrevistas dadas por el editor podemos evidenciar que sus vínculos personales al mismo tiempo que comerciales con Ernesto Palacio, Arturo Jauretche y Jorge Abelardo Ramos fueron claves en el sostenimiento de su empresa.

Nos interesa complementar la autopercepción del editor con el contexto de aparición de la *Historia de la Argentina* de Ernesto Palacio. La revista *Esto Es* publicó el 11 de mayo de 1954 un artículo que llevaba por título «¿Por qué no se escribe una historia nacional?». Allí el articulista proponía que se reabriese la polémica entre clásicos y revisionistas, no sólo como medio de dilucidar vitales cuestiones pendientes, sino de «encender una pasión argentina por el pasado nacional, visiblemente sofocada, o moderada, por la inmigración, el materialismo y el espíritu de progreso». La revista se hizo eco de la sugerencia y convocó a «dieciséis historiadores de diversas tendencias, escuelas y edades, que se expidieron con disímil criterio sobre el cuestionario que se les sometiera a juicio. En un solo punto hubo casi consenso unánime: ‹¿Existe una historia argentina completa que permita conocer el verdadero desarrollo político, social y económico de nuestro país?›. Once de los consultados –liberales, nacionalistas, marxistas, radicales- dijeron rotundamente: ¡no!». Pero otras dos respuestas resultaron más significativas para los editores de la revista: «uno de los distinguidos escritores que participaron en la referida encuesta, Manuel Gálvez, declaró saber que el doctor Ernesto Palacio tenía en preparación una obra de ese género, y otro de ellos, Julio Irazusta[58], reveló, más concretamente, lo siguiente: ‹Ahora acaba de escribir una historia

[58] Autor de *La Argentina y el imperialismo británico* de 1934, junto a su hemano Rodolfo, considerada la obra fundacional del revisionismo histórico por Halperin Donghi (1970). A diferencia de Ernesto

argentina de 1515 a 1938, Ernesto Palacio, uno de los primeros pensadores políticos de nuestra generación, y que mantiene invariables sus posiciones intelectuales, pese a su aventura parlamentaria›». El interés que esto despertó en los editores se tradujo en la búsqueda del libro y de su autor para realizar una entrevista, por lo que el título de la última entrega de las polémicas es «La "HISTORIA DE LA ARGENTINA" de Ernesto Palacio, corona nuestra encuesta». En ella Diego Meya concluye que «Después de haber leído su "Historia de la Argentina", y haber conversado con él unas horas sobre el tema de la Patria, podría agregarse que es un cabal hijo de ella, un bien nacido en ella, fiel a la sangre y a la tierra, magnánimo y confiado en su bondad materna». (Pulfer, 2015b)

Esta presencia en la prensa se tradujo según Peña Lillo en una suerte. En una de sus últimas entrevistas recuerda que decidir editar ese libro era:

> «una audacia tremenda porque era un libro carísimo, setecientas y pico de páginas, el original que lo tengo todavía por ahí. Y sale el libro. Cuándo ven el libro los libreros. El librero es una medida del libro, de la importancia, porque está muy sensibilizado. No sé si porque lee o es el clima alrededor. ‹Y bueno, mandame un ejemplar› porque lo salía a vender. Yo fui a la imprenta, vi la pila de ejemplares terminados, y en los pedidos se habían vendido 70 ejemplares. Me dicen, mirá esto lo subimos a un guinche y te lo tiramos encima a vos. Y se empiezan a enterar, el público, y sobre todo, el nacionalismo, del libro. Habían sacado la revista *Esto es*. Y habían hecho un concurso sobre las distintas escuelas históricas, el revisionismo y todo eso. Claro, salió el libro y también hicieron una linda presentación. Y a la semana le aseguro que el teléfono no dejaba de funcionar pidiendo ejemplares. (…) Eso me ayudó. Y, como digo en un librito que acabo de hacer, *Memoria de Papel*, fue para mí un libro fundacional. Porque a pesar de los escrúpulos que yo tenía con el nacionalismo…porque yo como obrero no podía tener otro partido que el Partido Comunista…» (Entrevista con Felipe Pigna, 2007).

La publicación de la entrevista al autor, el interés que ya había generado *Esto Es*, y el diagnóstico realizado por expertos de que no había una obra integral de la historia argentina resultó en una importante demanda que excedía las estrategias del editor. Recuperar los orígenes de A. Peña Lillo del lado de la demanda a través de las polémicas de *Esto Es* nos permite percibir al libro de historia argentina como necesidad, como parte de una búsqueda de señales en una realidad oscura, retomando las observaciones de Sylvia Saítta (en Neiburg y Plotkin, 2005), quien ha indicado que el éxito es del género, del ensayo histórico, antes que de un autor o una corriente, entre las décadas del 30 y 60.

Palacio (ambos fundadores del Instituto de Investigaciones Históricas Juan Manuel de Rosas) se encolumna en el antiperonismo.

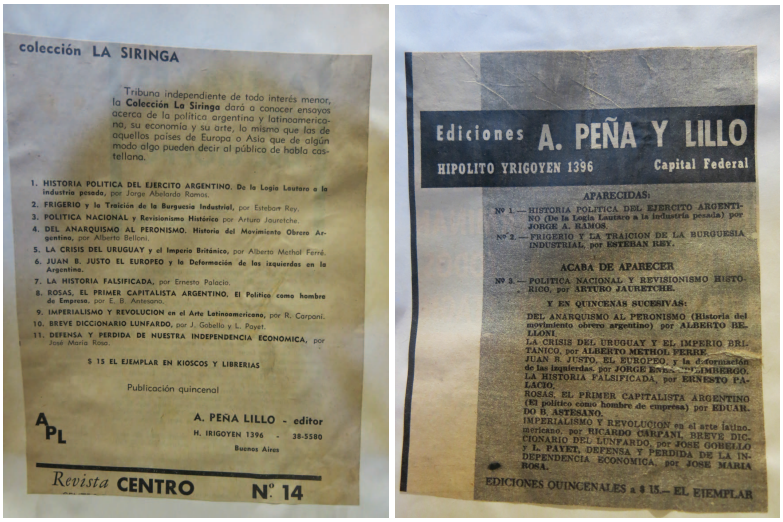

Figura 4.1: Presentaciones de *La Siringa*

4.2 La búsqueda del público a través de la publicidad

El lanzamiento de la colección de libros de bolsillo *La Siringa* estuvo acompañada de múltiples avisos publicitarios. Apenas salió a la calle el primer número, en diciembre de 1959, se publicó una publicidad en el último número de *la Revista del Mar Dulce*.[59] El lanzamiento se trató de un párrafo que presenta el contenido de la colección (que se encontraba también en cada libro) y una lista de próximos títulos (ver 4.1). En ese párrafo se define la agenda de problemas que la colección promete abarcar –política argentina y latinoamericana, su economía, su arte- y la lista de once números que lo acompaña daría cuenta de ello. Varios de los títulos finalmente no existieron, aunque se presentan como si ya se hubiesen editado. Poco tiempo después (no contamos con la fecha exacta), la misma lista se publica en la publicación de la resistencia peronista *Santo y Seña*[60] (ver4.1).

Mientras que en ambas apelaciones se supone un lector interesado en los títulos y

[59]Nº 10 Verano 1959-1960. Precio de la revista: $7. Año V, diciembre 1959. La revista se autodefinía como «una voz estudiantil», fue dirigida por Enrique Groisman y Manuel Mora y Araujo, y se publicó entre octubre de 1955 y fines de 1959. Fechas que dan cuenta de dos preocupaciones centrales de la revista: exhibir un antiperonismo triunfante, en sus comienzos, y combatir el desembarco de las universidades privadas, hacia sus últimos números. En el medio, se nota un repliegue sobre el funcionamiento de la UBA y los Centros de Estudiantes de sus Facultades. Tenía además un importante vínculo con el Partido Comunista que se evidencia hoy por la participación de futuros desterrados. Esta caracterización es de Marcelo Méndez en http://www.ahira.com.ar/revistas/mardulce/indice/mdindicegral.pdf

[60]Laura Ehrlich, quien ha investigado las publicaciones peronistas durante la proscripción del peronismo, caracteriza esta publicación como una de las nuevas publicaciones que saldrían al ruedo a partir de 1959, cuando el peronismo ya estaba en mayoritaria oposición al gobierno de la UCRI. *De Regreso* (1959), *Santo y Seña* (1959-1960), *3 Banderas* (1961) y *Recuperación* (1961) –con su continuación *Descartes* (1962) –, expresaron a los distintos sectores en que se debatían las dispersas huestes del peronismo en tiempos de reiteración de la ilegalidad del Partido Justicialista, aplicación del Plan Conintes y la tentación de la legalidad que llevó a la campaña electoral de marzo de 1962 (Ehrlich, 2012).

Figura 4.2: En Santo y Seña, 12 de enero de 1960

autores, en esta otra revista se presenta sólo una lista de libros disponibles sin más referencias, una introducción para que el lector de *Santo y Seña* conozca de su existencia. Inferimos que se supone un lector que no está familiarizado, y esta hipótesis se torna más sólida cuando relacionamos esta presentación con otra publicidad en el mismo periódico, del 12 de enero de 1960, en el que podemos ver un esfuerzo adicional por captar la atención mediante el uso de la imagen: se nos presenta un hombre de traje enredado en una telaraña, y se interpela al lector mediante la frase «Rompa las redes de la confusión histórica. Lea: [en la tapa del libro] Política nacional y revisionismo histórico» (ver 4.2).

Esta publicidad nos interesa en términos de cómo se capta la atención de quienes se supone no conocen o no pueden imaginar de qué se trata el contenido de un libro. El uso de la imagen de la tapa del libro en la publicidad nos indica que se está considerando a la tapa del libro como afiche, que luego podrá ser identificado en la vía pública. Para Peña Lillo, «La tapa de un libro es un afiche de por sí en la que el realizador sintetiza la máxima apelación al lector», entendiéndola estratégica para el acceso del comprador ocasional. Otras dos preocupaciones del editor para el pleno éxito consistían en «lograr títulos atractivos dirigidos a un público muy amplio y heterogéneo» y un bajo precio, es decir, «conseguir buenos descuentos para compensar el que nosotros les hacíamos a los vendedores» (Peña Lillo, 2004, pp. 48-50). Respecto a la imagen de la telaraña - trampa y el hombre-lector modelo como presa, la figura masculina representada y su vestimenta, podría pensarse a priori que no se correspondería con el lector trabajador y peronista imaginado por *Santo y Seña*. Y podría explicarse el desfasaje a partir de la «regla del escalón arriba», por la cual los publicitarios empleaban personajes de un estatus social superior al de la audiencia que imaginaban como potencial consumidora. También debemos reponer que la vestimenta formal en general y el uso del traje en particular eran comunes en los años cincuenta, más allá de la ocupación. En su investigación sobre el consumo, Milanesio (2013) señala que los entrevistados que habían sido trabajadores en la época definieron la masculinidad

Figura 4.3: Publicidades en *El Mundo* en marzo de 1962

obrera de los años cincuenta como intrínsecamente relacionada con un atuendo formal, y algunos recordaron incluso que era la norma en las actividades sindicales: «En el sindicato éramos todos descamisados, pero eso sí, a las reuniones íbamos de saco, camisa y corbata». La imagen del trabajador sindicalista y próspero que viste de traje y, agrego aquí, que consume libros, nos lleva a pensar en el ascenso social y nuevos consumos que transitaron los sectores populares. Este trabajador no es el de los treinta. El surgimiento del trabajador próspero entre los cuarenta y los cincuenta era aquel que reafirmaba su identidad de clase al mismo tiempo que accedía a una nueva geografía de consumo, cuando los mejores salarios abrieron las puertas de los negocios, territorios y ofertas hasta entonces prohibidas, y transitó un verdadero aprendizaje hasta convertirse en consumidor. De todos modos, interesa notar que la representación del trabajador peronista no es la del descamisado en overol característico de las imágenes de los trabajadores en el primer peronismo (Gené, 2005). El afiche para el comprador ocasional nos lleva a considerar que el encuentro entre la oferta de esta colección y este nuevo público se realizaba en kioscos de diarios. La comercialización por este canal contempla siempre en paralelo una intensa campaña de publicidad, como habiamos visto en el capítulo 2. Esa campaña para acercarse a lectores mucho menos familiarizados con la propuesta general, los autores y los títulos podemos verla en el diario *El Mundo* (ver4.3).

Vemos en las publicidades de *La Siringa* en marzo del 1962 que prevalece la identificación del nombre de la colección con el precio y la posibilidad de informarse sobre un tema específico. «Ud. qué sabe del ejército argentino? Lea el número 1 de LA SIRINGA $35» hace referencia al título *Historia Política del Ejército Argentino* de Jorge Abelardo Ramos; «Ud. que sabe de política nacional? Lea el número 3 de LA SIRINGA», a *Política Nacional y Revisionismo Histórico* de Arturo Jauretche; «Ud. qué sabe de Frigerio? lea el nº 2», hace referencia a *Frigerio y la traición de la burguesía industrial*, por Esteban Rey; «Ud. que sabe de CADE y SEGBA? Lea el Nº 8» a *Electricidad y liberación nacional: el caso S.E.G.B.A.*, por Jorge Del Río. Este último hacía referencia a la solución de una controversia por un caso de corrupción de la distribuidora de electricidad CADE, que desembocó en la creación de SEGBA. Mientras que al lector de *Santo y Seña* le podía interesar develar la verdad histórica detrás de la telaraña en la que se encontraba enredado, las publicidades en *El Mundo* interpelan a quienes querrían ponerse al tanto de los temas de actualidad.

Esta diversidad de modos de interpelar al consumidor y en la multiplicidad de lectores imaginados nos habla a su vez de las búsquedas de visibilidad por parte de Peña Lillo, lo cual era un problema también para los autores que participaban en la colección. En una carta privada, Álvaro Yunque le aconseja a Peña Lillo que envíe los libros de *La Siringa* a la revista del Partido Comunista *Cuadernos de Cultura*:

> «En *Cuadernos de Cultura*, si Ud. envía, por ejemplo, los últimos libros de La Siringa (el de Rosa) se ocuparán de ellos. (…) Que alguien nos mande siquiera a la puta que nos parió pero que no ignore que existimos. ¿Mangia?»

Y agrega al final de la carta la dirección de Cuadernos de Cultura. Álvaro Yunque había sido durante mucho tiempo un referente intelectual del PC, era un autor de una importante trayectoria que en esta época se encontraba incursionando en el habla popular y el lunfardo como poeta social, y como estudioso de la literatura social y popular argentina publica, entre otros estudios y antologías, *La poesía dialectal porteña. Versos rantes*, como número 17 de la colección en 1961, y era académico de número por la Academia del Lunfardo. Peña Lillo recordaba mucho tiempo después que Yunque formaba parte de la colección aunque era del PC, porque en ese momento «había escrito sobre cosas populares».

4.3 El fin de *La Siringa* y los nuevos caminos de *A. Peña Lillo Editor* a mediados de los sesenta. El éxito de Arturo Jauretche

La colección *La Siringa* dejó de publicarse en 1966, paulatinamente, sin anuncios de que finalizaba, editándose cuatro números en 1965 y dos durante 1966. En esta misma coyuntura, es decir a mediados de la década, en septiembre de 1965, el *Correo de la Unesco*, publicación mensual de esa entidad, daba cuenta de «La revolución del libro», adelanto de un libro del mismo nombre cuyo autor era el investigador francés Robert Escarpit. Allí, el «fenómeno del libro de bolsillo» era caracterizado desde el punto de vista de las novedades de producción: la de editar «libros funcionales» sobre lo que fue consultado Peña Lillo, como vimos en el apartado 2.1. En esa entrevista Peña Lillo además se refirió al fenómeno del best seller: «El best seller es un misterio en nuestro país. Factores sutiles, extraños, aleatorios, influyen en el éxito a veces negado a títulos aceptados ‹a priori›» (En *El Mundo*, 13 de febrero de 1966).

Este «misterio» del best seller ocurrió poco tiempo después, con la publicación del libro de Arturo Jauretche *El medio pelo en la sociedad argentina*, el título de este autor que más se vendió. La intensa visibilidad de Arturo Jauretche como escritor estuvo acompañada de un intenso esfuerzo de publicidad por parte de Arturo Peña Lillo. Esto puede vincularse con sus creencias sobre la venta de libros que también volcó en esa entrevista.

> «En cuanto al precio de un libro, no creo que sea caro, sobre todo si lo comparamos con un bife. Una ley del libro que signifique importación de maquinarias y solución para el agudo problema editorial puede dar soluciones, pues por sí sola no puede andar la cultura. El abaratamiento del libro permitiría una mayor difusión y propaganda (no en el sentido de un dentífrico). Además, como expresaba un viejo editor inglés, ‹sólo merece promoción el libro que se va a vender bien›. La paradoja explica, sin embargo, el éxito de la publicidad para aquello que merece venderse». (En *El Mundo*, 13 de febrero de 1966).

El momento de esta entrevista, de estos diagnósticos, coincide con el proceso que De Sagastizábal y Giuliani describen como de apertura en el catálogo de la editorial entre 1964 y 1966. En este último año ven un afianzamiento de la apertura de rumbos del catálogo: la publicación del último número de *La Siringa* fue junto a la del libro *El medio pelo* de Arturo Jauretche, que figuró como Best Seller en las listas de *Primera Plana* durante meses, y al mismo tiempo Arturo Peña Lillo comenzó a reunir en su catálogo las obras anteriores de Jauretche, y editando nuevas que incluso lo alentaba a escribir. Los investigadores consideran además que Jauretche se convirtió no sólo en el principal autor, sino también en un asesor, acaso informal, de la editorial, al notar que muchos autores eran amigos o relaciones previas de Jauretche, y que aparecía frecuentemente como prologuista y autor de contratapas. Desde mediados de la década se verifica además la estructuración y formalización de una empresa similar a otras de la época, cuyos rasgos -siempre de acuerdo a Giuliani y De Sagastizábal- serían una constitución jurídica que se traslucía en una razón social, con una política definida de autor, con una visión del mercado, con proyectos previamente estipulados y publicitados como la apertura de colecciones. Peña Lillo tenía muy presente la necesidad de establecer vínculos con los consumidores de los libros. Manifestaba que el libro como producto había que ubicarlo en la línea de mercancías que consume una comunidad desde el momento que la editorial «es una empresa de cultura, pero sobre todo, y desafortunadamente, ante todo, es una empresa comercial» (Peña Lillo 1965, p. 96). Es decir, el mercado no le puede resultar indiferente a un editor.

Jauretche autor y Peña Lillo editor aparecen en las listas de best sellers con *El medio pelo*: en la sección literaria de *Clarín*, en el número 2 el 17 de noviembre de 1966, en el 1 la semana siguiente -el 24 de noviembre de 1966-, lo encontramos en el número 4 el 16 de febrero de 1967, en el 6 el 2 marzo de 1967, y vuelve a subir al número 3 el 6 de abril de 1967, para pasar al número 5 el 20 de abril de 1967 y allí todavía lo vemos el 4 de mayo de 1967. También fue un éxito de ventas el *Manual de zonceras argentinas*, está en el segundo lugar de la lista de best sellers en *Primera Plana* el 24 de diciembre de 1968. En la publicidad de *Clarín* el 19 de noviembre de 1970 vemos que se interpela desde este éxito de ventas (ver 4.4): «Qué es ‹El medio pelo en la sociedad argentina›. Más de 200.000 personas ya lo descubrieron. Usted no puede ignorarlo. Tiene mucho que ver con el país, sus clases sociales y sus hombres. Un certero y valiente análisis de ARTURO JAURETCHE. 10 ediciones asumidas por los argentinos con responsabilidad». Edición especial y «popular para quioscos». Vemos además que el rostro y el nombre del autor aparecen como un elemento de identificación muy importante. Esto está probablemente relacionado con las apariciones en televisión del escritor. Cuatro años antes, en *El Mundo,* el 3 de julio de 1966 se publicó una entrevista a Arturo Jauretche con el título «Sociología con Medio Pelo». Allí se indicaba que «hace unos meses, invitado a un programa de televisión (‹La gente›) sacudió a los espectadores. Su tema fue El medio pelo ‹los casi›. Ahora, ‹El medio pelo y la sociedad argentina› es un libro y aparecerá pronto» .

Excede a los fines de este trabajo la presencia mediática del escritor, pero recuperemos aquí que ante la noticia de su muerte, las referencias a su relación con el público incluían esa dimensión: «Cuando se topó con la muerte el sábado 25 de mayo, a los 73 años, Arturo Jauretche era ya un mito para los argentinos. Sus rasgos felinos, su astucia para demoler a un adversario, su humor criollo, se habían convertido, en los últimos años, en una fiesta habitual para el público aficionado a los programas polí-

Figura 4.4: El éxito de Arturo Jauretche

ticos de televisión». El caso Arturo Jauretche nos indicaría entonces que no alcanza con la publicidad gráfica para dar cuenta del fenómeno de venta. Pero ésta se ofrece como indicio a considerar, en términos similares a los que señalaba Arturo Peña Lillo respecto al misterio del best seller y la paradoja de invertir en publicidad para lo que ya se sabe que va a venderse. Se trataría de un caso de los mercados culturales como «criaturas peculiares» en palabras del investigador Franco Moretti (2006), en cuanto tanto los lectores como los mercados serían agentes causales del éxito pero de distintos modos: se trata de un proceso en el que los lectores seleccionan y después los mercados magnifican. El mercado amplifica esa selección inicial una y otra vez, el éxito llama al éxito, y luego de cierto orden de magnitud pierde sentido buscar las causas del éxito de unos y el fracaso de otros -por ejemplo- en las diferencias morfológicas de los textos, sino que lo que sucede es que actúa la perversa lógica del mercado –a quienes tienen, se les dará más–, que sigue el criterio de los rendimientos crecientes. Atender la publicidad, los elementos externos que inducen a consumir, no sería suficiente cuando lo que sucede se debe en gran medida a una cadena de intercambios informales (por ejemplo «me ha gustado mucho esa película»– entre los espectadores de cine) . Sin embargo, es de interés notar que el nombre de Arturo Jauretche se convirtió de alguna forma en garante de su propio éxito. Su próximo libro, el *Manual de zonceras argentinas* era «Otro golazo de media cancha de Arturo Jauretche» en la revista *Todo Fútbol* (sin fecha, corresponde al año 1968 porque se anuncia como novedad el *Manual* editado ese año) (ver 4.4). Esto también se reflejó en las presentaciones del catálogo. El nombre de Jauretche se convirtió en una ‹entrada›,organizadora del conjunto de sus libros, un modo inmediato de identificación (ver 4.5).

En la reseña a *El medio pelo en la sociedad argentina,* publicada en *Confirmado* el 24 de noviembre de 1966 - sección «panfletos»-, titulada «Jauretche viejo nomás», se considera al libro «uno de los ensayos más originales y atractivos producidos sobre el país». «Ensayista, bruloteador, panfletista o sociólogo, Jauretche es un fenómeno casi único en Argentina». *Confirmado* además de reseñar el libro, entrevistó telefónica-

MAYORIA Martes 21 de noviembre de 1972 — Pág. 11

17 AÑOS AL SERVICIO DE LA CULTURA NACIONAL

BOLIVARISMO Y MARXISMO por J. A. Ramos.
LA REVOLUCION BRASILEÑA por Caio Prado Jr.
LA RESTAURACION NACIONALISTA por Ricardo Rojas.
LOS QUE MUEVEN LAS PALANCAS por Oscar Alende.
ARGENTINA ¿PAIS SIN DESTINO NACIONAL? por José Deheza.
LAS ARMAS DE LA REVOLUCION por el teniente coronel F. Díaz Lozza.
HISTORIA DE LA ARGENTINA por Ernesto Palacio 2 tomos.
LA GUERRA DEL PARAGUAY Y LAS MONTONERAS ARGENTINAS por Sé Ma. Rosa
JUAN FELIPE IBARRA Y EL FEDERALISMO DEL NORTE por L. C. Alen Lascano.
HISTORIA DEL PAIS DE LOS ARGENTINOS por Fermín Chávez, 2ª edición.
LOS CAUDILLOS por Félix Luna.
YO ESPERO, El Caso Gnavi, Flota Mercante y A.F.N.E. por Horacio F. Gándara.
LOS DUEÑOS DEL PODER. El Tercer Mundo, Chile y las empresas multinacionales, por Rodolfo H. Terragno.
LA CARNE PODRIDA. El Caso Swift-Deltec, por Pepe Treviño.
LIBROS DE JAURETCHE
EL MEDIO PELO EN LA SOCIEDAD ARGENTINA 10ª edición.
LOS PROFETAS DEL ODIO Y LA YAPA. 5ª edición.
MANUAL DE ZONCERAS ARGENTINAS. 4ª edición.
POLITICA NACIONAL Y REVISIONISMO HISTORICO.

SOLICITE CATALOGO

APE **A. PEÑA LILLO editor** S. R. L.

Hipólito Yrigoyen 1394 - Tel. 37-0994 - Buenos Aires
República Argentina

Figura 4.5: «Libros de Jauretche»

mente a Beatriz Guido, ya que consideraron que «El capítulo dedicado por Jauretche a Beatriz Guido es uno de los brulotes personales más violentos de la literatura argentina», en un tono sarcástico, resaltaron que el primer comentario de la escritora fue «Estoy enormemente agradecida por la promoción. Por cada libro de él que se vende, se venden tres míos».

Este éxito de mercado de los libros de Jauretche es visto como un malentendido por parte de Jorge Abelardo Ramos,[61] «porque Jauretche fue ante todo un político, condición desacreditada en nuestro país por la vacuidad doctoral, la estudiada reserva y la banalidad verbalizada». Escribe «Cuando al día siguiente de su muerte supe por la prensa y algún otro orador que Jauretche había sido un escritor», nótese que resulta problemático que esa haya sido la caracterización y la desecha como falsa, se «deforma la historia antes de escribirla. En realidad, el publicista ocultó al pensador, el hombre de letras al político, el fosforescente ingenio a la sustancia de su genio. La gente que lo conoció por la televisión atribuyó proyectivamente a Jauretche su propia frivolidad». El éxito del autor cobra una dimensión trágica en la percepción de Ramos. Aquello que debería reconocérsele a Jauretche se pasa por alto, y pareciera que Ramos lamenta que no haya contado con interlocutores entre los jóvenes: «la muerte de Jauretche no ha conmovido al país y las juventudes, aún las que se dicen revolucionarias, no han dicho ni pío», pero al mismo tiempo considera que se trata de un problema de orden cultural: «el pueblo ha recuperado el poder. Pero en el orden de la cultura y de los valores, seguimos pidiendo permiso a Francia para abrir un libro. Cuando las obras de Jauretche circulen por los colegios nacionales y Universidades con la misma profusión con que hoy circulan obligatoriamente tantos ladrillos encuadernados, podrá decirse que el reflejo intelectual de las patriadas y los ideales nacionales ha entrado por fin en la formación de las nuevas generaciones argentinas. Por eso no puedo decirle adiós a Jauretche». Se desprende de esta despedida que nunca se resuelve una suerte de contradicción en el diagnóstico, si el problema nacional era un problema político o un problema cultural, y en ese caso cuáles eran las tareas que había que llevar adelante, o habría que haber llevado. Para Ramos es inaceptable que se lo considere un escritor al mismo tiempo que hubiese deseado que las obras de Jauretche formen parte de una cultura oficial, es decir a formar parte de la bibliografía obligatoria de las instituciones educativas estatales. No se ha podido reemplazar la «hegemonía cultural oligárquica», y con este diagnóstico el problema es doble, cultural y político.

4.4 Modos de presentar el catálogo en los setenta

La lista de libros que ofrecía la editorial no se trataba de una muda enumeración de nombres y títulos, sino que estaba acompañada de palabras ordenadoras, frases y a veces hasta párrafos descriptores que nos interesa analizar. En *Mayoría,* el 21 de noviembre de 1972, podemos ver que la editorial de «17 años al servicio de la cultura nacional» presenta una lista general y una lista de «Libros de Jauretche» en negrita, de las obras anteriores de Jauretche que ya había reunido en su catálogo y las nuevas

[61] «Aunque el pueblo haya recuperado el poder, la cultura nacional sigue aún sometida a la mentalidad extranjera» Escribe Jorge Abelardo Ramos, *La Opinión* 19 de junio de 1974. El epígrafe: «A propósito de la muerte, sin repercusiones, de Arturo Jauretche».

que reeditaba constantemente. También en *Dinamis*[62] de junio de 1972 se publica con la leyenda «Reservado para: militares sindicalistas políticos» y la lista de libros es ordenada según «política e ideología, hoy» (se incluye aquí la reedición de Alberdi), «historia», «de reciente publicación», y «obras de Arturo Jauretche». El mismo anuncio, incluida la enumeración de los destinatarios tan específica, se publicó en *Primera Plana* el 30 de mayo de 1972. Mientras que a partir de fines de 1973 -aproximadamente-, puede verse que entre los sentidos anexados en los modos de presentar el catálogo pasa a tener preeminencia la identificación del catálogo con un interés o necesidad que excede al sello. «Libros que importan al país» , «Nuevos aportes al debate nacional», «Los libros textos que hacen a la cultura nacional» .

Aunque el rol de la editorial *A. Peña Lillo* en ese debate no es menor (ver 4.6). La publicidad/catálogo en *La Opinión* el 23 de septiembre de 1973 afirma que: «Desde 1954 nuestro catálogo es la trinchera donde se dieron las batallas por la afirmación de la conciencia nacional, contra el colonialismo y la dependencia. Estos son los títulos que desde 1954 venimos publicando, constituyendo desde entonces nuestro orgullo como editores nacionales». Y luego se presenta un catálogo organizado en «Historia», «economía», «política nacional», «Obras de Arturo Jauretche», «Colección La Siringa» y por último las novedades (últimas publicaciones, de inminente aparición, en preparación). La editorial como trinchera que a la vez presenta títulos familiares es enfatizada también en «Contra el colonialismo y la dependencia. Libros para la conciencia nacional». La lista a continuación de esta frase lleva resaltados en negrita los nombres de los autores y debajo de cada título la cantidad de ediciones, remarcando su éxito: Ernesto Palacio *Historia de la Argentina*, 7° edición. Rodolfo Puiggrós *Historia económica del Río de la Plata* 4° edición. R. Ortega Peña y E. Duhalde *Baring Brothers y la historia política argentina.* 4° edición en prensa. Jorge Abelardo Ramos *Historia de la Nación Latinoamericana* 2 tomos. 3° edición. Arturo Jauretche *Política Nacional y Revisionismo Histórico.* 4° edición en prensa. *F.O.R.J.A. y la década infame.* 2da edición. *El Plan Presbich. Retorno al coloniaje.* 3° edición. *El medio pelo en la sociedad argentina.* 11° edición. Ernesto Goldar *La descolonización ideológica* (novedad del catálogo, en último lugar).

La coyuntura del regreso de Perón (1973-1975) es un momento de reintroducción del catálogo a partir de las categorías «colonialismo», «dependencia» y «conciencia nacional». No sólo como particularidad de la editorial sino como sentido común compartido. Un indicio de ello es que *Noticias* el 10 de mayo de 1974 publicó el artículo «La política es el mejor negocio editorial. Una encuesta revela los libros favoritos de los porteños en 1974»: Una encuesta informal realizada por una agencia en cinco librerías céntricas en Buenos Aires reveló que durante los primeros meses del año los libros más vendidos fueron *Conducción política* y *La hora de los pueblo*s, del Presidente Juan Perón, *Peronismo y revolución* de John William Cooke, *Política nacional y revisionismo histórico*, de Arturo Jauretche, e *Historia Argentina* de José Luis Busaniche. Los responsables de las librerías señalaron que «es muy marcado el cambio de los gustos de los consumidores en los últimos meses» y que entre ellos «prevalecen los sectores más jóvenes de la población». La noticia producida por Télam fue «levantada» por diversos diarios. *La Nueva Provincia* de Bahía Blanca tituló la noticia «Novela y política: Éxitos del momento», con el epígrafe «Buenos Aires y sus Best Sellers» en

[62]Esta revista era el órgano de difusión del Sindicato de Luz y Fuerza de Capital Federal cuya estética y aspecto general no difería de otras revistas de actualidad política de la época.

Desde 1954...

...nuestro catálogo es la trinchera donde se dieron las batallas por la afirmación de la conciencia nacional, contra el colonialismo y la dependencia. Estos son los títulos que *desde 1954 venimos publicando*, constituyendo desde entonces, nuestro orgullo como *editores nacionales*.

Historia nacional

HISTORIA DE LA ARGENTINA, por *Ernesto Palacio*, 2 tomos, (6ª edición en prensa).
HISTORIA DE LA DISGREGACION RIOPLATENSE, por *René Orsi*.
HISTORIA ECONOMICA DEL RIO DE LA PLATA, por *Rodolfo Puiggrós*. 3ª edición.
HISTORIA DEL PAIS DE LOS ARGENTINOS, por *Fermín Chávez*. 2ª edición.
LA GUERRA DEL PARAGUAY Y LAS MONTONERAS ARGENTINAS, por *J. M. Rosa*.
SARMIENTO, LOS LIBERALES Y EL IMPERIALISMO INGLES, por *R. Tamagno*.
ALBERDI, LOS MITRISTAS Y LA GUERRA DE LA TRIPLE ALIANZA, por *David Peña*.
JUAN FELIPE IBARRA o EL FEDERALISMO DEL NORTE, por *L. C. Alen Lascano*.
EL GAUCHO ANTONIO RIVERO. La mentira en la Historiogr. académ., por *M. Tesler*.
DE LA CIVILIZACION A LA BARBARIE, por *Ramón Tisserá*.
LOS CAUDILLOS, por *Félix Luna*, 5ª edición.

Economía

DIALECTICA, ECONOMIA Y DESARROLLO, por *Enrique Silberstein*, 2ª edición.
CHARLAS ECONOMICAS, por *E. Silberstein*.
ARGENTINA, ¿PAIS SIN DESTINO NACIONAL?, por *José A. Deheza*.
TEORIA Y TECNICA DE LA ECONOMIA, por *R. Aráoz Moreno*. 2ª edición.
RIVADAVIA Y EL IMPERIALISMO FINANCIERO, por *José María Rosa*. 2ª edición.

Política nacional

BOLIVARISMO Y MARXISMO, por *J.A. Ramos*
LA REVOLUCION BRASILEÑA, por *C. Prado*
ALEM; INFORME SOBRE LA FRUSTRACION ARGENINA, por *César A. Cabral*.
CAMILO TORRES, EL CURA GUERRILLERO, por *Norberto Habegger* (agotado).
LOS FERROCARRILES DEBEN SER ARGENTINOS, por *Raúl Scalabrini Ortiz*.
POLITICA DE ENTREGA, por *A. Gómez*.
EL IMPERIALISMO DEL DOLAR, por *Abraham Guillen*.
VIDA DE AMADEO SABATINI, por *Angel Vargas*, y prólogo de Arturo Capdevilla.
MARTIRES Y VERDUGOS. Los fusilamientos de 1956, por *Salvador Ferla*.
CRISTIANISMO Y MARXISMO, por *S. Ferla*.
LIBERTADES PRESTADAS, por *Marcelo Sánchez Sorondo*.
LA MONARQUIA COMO MEJOR FORMA DE GOBIERNO EN SUD-AMERICA, por *Juan Bautista Alberdi*, Con un ESTUDIO PRELIMINAR de *Juan Pablo Oliver*.
ATENTADOS POLITICOS EN LA ARGENTINA, por *Roberto Juárez*.
LOS QUE MUEVEN LAS PALANCAS, por *Oscar Alende*.
MENSAJE AL PRESIDENTE, por *S. Fornieles*.
LAS ARMAS DE LA REVOLUCION, por el ex teniente coronel *Florentino Díaz Loza*.
LA CARNE PODRIDA, por *Pepe Troviño* 2ª edición.
PERONISMO: DE LA REFORMA A LA REVOLUCION, por *Gazzera, Ceresole y Mastrorilli*.
YO ESPERO, por *Horacio F. Gándara*.

Obras de Arturo Jauretche

EL MEDIO PELO EN LA SOCIEDAD ARGENTINA. 10ª edición.
LOS PROFETAS DEL ODIO Y LA YAPA, 8ª edición.
MANUAL DE ZONCERAS ARGENTINAS, 4ª edición.
POLITICA NACIONAL Y REVISIONISMO HISTORICO.
DE MEMORIA - PANTALONES CORTOS.
En Prensa
PASO DE LOS LIBRES.
EL PLAN PREBISCH - Retorno al Coloniaje.
F.O.R.J.A. y la Década Infame.

Colección "La Siringa"

HISTORIA POLITICA DEL EJERCITO ARGENTINO, por *J. A. Ramos*.
FRIGERIO Y LA TRAICION DE LA BURGUESIA INDUSTRIAL, por *E. Bey*.
DEL ANARQUISMO AL PERONISMO, por *A. Belloni*.
LA HISTORIA FALSIFICADA, por *E. Palacio*.
BREVE DICCIONARIO LUNFARDO, por *J. Gobello y L. Payet*.
LA CRISIS DEL URUGUAY Y EL IMPERIO BRITANICO, por *A. Methol Ferré*.
ELECTRICIDAD Y LIBERACION NACIONAL, por *Jorge Del Río*.
ROSAS, por *E. B. Astesano*.
EL REGIMEN DE LAS ASOCIACIONES PROFESIONALES, por *S. M. Lozada*.
EL PRONUNCIAMIENTO DE URQUIZA a través de los documentos diplomáticos brasileños y orientales, por *J. M. Rosa*.
EL TANGO: su Historia y Evolución, por *A. Ferrer*.
LA REFORMA AGRARIA, por *Pedro De Paoli*.
ALBERDI Y EL MITRISMO, por *F. Chávez*.
NASSER, por *F. Jasan*.
SARMIENTO, por *M. P. Ricas*.
LA POESIA DIALECTAL PORTEÑA, por *Alvaro Yunque*.
FRUSTRACIONES Y REALIDADES POLITICAS EN LATINOAMERICA, por *V. Valenzuela*.
LA PATRIA BOBA, por *L. A. Cousillas*.
TESTIGOS Y ACTORES DE LA TRIPLE ALIANZA, por *E. S. Giménez Vega*.
VIDA DE MARTIN FIERRO, por *E.S. G. Vega*
GRUPOS DE PRESION Y FACTORES DE PODER, por *G. J. Bidart Campos*.
VERDAD Y MENTIRA DE LA LITERATURA ARGENTINA, por *A. Cambours Ocampo*.
SCALABRINI ORTIZ, por *E. Barés*.
COEXISTENCIA PACIFICA Y REVOLUCION, por *Isaac Libenson*.
IMPERIALISMO Y COMERCIO LIBRE, por *Luis C. Alen Lascano*.
LA POESIA GAUCHESCA RIOPLATENSE, por *Fernando Hugo Casullo*.
POEMAS DEL BAJO FONDO, por *Enrique Cadicamo*.
GARDEL, MITO-REALIDAD, por *Jorge Miguel Couselo y Oiris Chierico*.
SAN MARTIN, por *Eros Nicola Siri*.
LOS ENCANTADORES DE SERPIENTES, (Mundo y Submundo del Libro) por *Arturo Peña Lillo*.
CARA Y CECA DE LENIN, por *I. Libenson*.
DE LA MALA VIDA PORTEÑA, por *R. Kush*.

Ultimas publicaciones

LOS DUEÑOS DEL PODER, por *Rodolfo H. Terragno*.
EL LIBRO ROJO DE PERON. Citas del Teniente General *Juan D. Perón*.
GEOPOLITICA DE LA CUENCA DEL PLATA. El Uruguay como problema, por *A. Methol Ferré*.
LA VIDA POR PERON. Crónicas de la Resistencia, por *Juan M. Vigo*.
EL ASESINATO DE DORREGO, por *Rodolfo Ortega Peña y Eduardo Luis Duhalde*.
LA DESCOLONIZACION IDEOLOGICA, por *Ernesto Goldar*.

De inminente aparición

DEL 80 AL 90. Datos para una Década polémica en la Argentina, por Norberto D'Atri.
BARING BROTHERS Y LA HISTORIA POLITICA ARGENTINA, por *R. Ortega Peña y L. A. Duhalde*.
HISTORIA DE LA NACION LATINOAMERICANA
Tomo I — "A paso de vencedores".
Tomo II — "La patria dividida".
por *Jorge Abelardo Ramos*.

En preparación

EL QUE RIE ULTIMO... por *A. Redondo*
HISTORIA DE ROCA, por *Alfredo Terzaga*

SOLICITE CATALOGO

A. PEÑA LILLO editor S. R. L.

Hipólito Yrigoyen 1394 - Tel. 37-0994 - Buenos Aires

sábado 27 de abril de 1974 - pág. 14

CONTRA EL COLONIALISMO Y LA DEPENDENCIA

LIBROS PARA LA CONCIENCIA NACIONAL

Ernesto Palacio
HISTORIA DE LA ARGENTINA. 7ª edición

Rodolfo Puiggrós
HISTORIA ECONOMICA DEL RIO DE LA PLATA. 4ª edición

R. Ortega Peña y E. Duhalde
BARING BROTHERS Y LA HISTORIA POLITICA ARGENTINA. 4ª edición en prensa.

Jorge Abelardo Ramos
HISTORIA DE LA NACION LATINOAMERICANA. 2 tomos. 3ª edición.

Arturo Jauretche
POLITICA NACIONAL Y REVISIONISMO HISTORICO. 4ª edición en prensa.

F.O.R.J.A. Y LA DECADA INFAME. 2ª edición

EL PLAN PREBISCH. RETORNO AL COLONIAJE. 3ª edición.

EL MEDIO PELO EN LA SOCIEDAD ARGENTINA. 11ª edición.

Ernesto Goldar
LA DESCOLONIZACION IDEOLOGICA.

SOLICITE CATALOGO

A. Peña Lillo Editor S.R.L.
H. Yrigoyen 1394
Tel. 37-0994

Figura 4.6: La conciencia nacional, contra el colonialismo y la dependencia

donde se agrega que «el interés hacia los géneros como política, historia y sociología ha crecido a límites insospechados». Entre otras características del mercado editorial de 1974 mencionan que las *Vidas paralelas* de Plutarco comenzaron a venderse cuando el público se enteró que era uno de los libros predilectos de Perón. Luego, el 8 de septiembre del mismo año, *Mayoría* publica la nota periodística que hemos mencionado en el apartado 3.5: «América Latina mercado natural del libro argentino. Cuatro editores dan testimonio», en que «cuatro hombres identificados con la línea nacional, cuatro infatigables buceadores de nuestro pasado histórico, consideran al libro argentino un arma de lucha. Arma mediante la cual concientizaron a toda una generación», refiriéndose a los editores que participan de la encuesta - por estar «ganada la batalla» por la conciencia de la realidad nacional- Rogelio García Lupo, director ejecutivo de *Eudeba*, Lorenzo Marengo, director editorial de *Plus Ultra*, Jorge Orús, gerente de *Theoría*, y Arturo Peña Lillo, director ejecutivo de *Editorial Peña Lillo*.

Para 1975, un modo de reconocer que el sello ya hablaba por sí mismo está en la publicidad de *A. Peña Lillo* en *La Opinión Cultural* el 16 de marzo de 1975: «Una política editorial para una cultura nacional», en el que aparecen las novedades con «los clásicos de siempre». Las novedades incluyen títulos que poco tendrían que decir de la coherencia de la línea editorial: *Maternidad*, y *Psicología del pediatra*, con otros más obvios como la reedición de *El medio pelo*, o *Pro y contra de Sarmiento*. Aunque esto siempre fue así, en el sentido de que la editorial había editado múltiples títulos que no tendrían en principio que ver con una cultura nacional, lo interesante aquí es que son presentados como si lo fueran, hay una «política editorial». Mientras que, además, la mayoría de «los clásicos de siempre» habían sido novedades a fines de la década de 1960, sólo cinco o siete años antes.

El término consumo o consumidor nos lleva no sólo a pensar la figura del lector de la obra, sino a los receptores partícipes de diversas formas, incluyendo la indirecta, los consumidores en grupo llamados público. El término remite también a un grupo que se constituye en la interacción con el mercado, el cual puede entenderse como el conjunto de factores implicados en la compraventa de productos culturales, por lo que promueve determinados tipos de consumo. Las prácticas llevadas adelante por Arturo Peña Lillo dan cuenta de una diversidad de medios y modos de interpelar al consumidor que nos remiten a libros que podían interesar potencialmente a todo el espectro de capas sociales argentinas. La variedad en el quiénes se imaginaban como potenciales consumidores no prescindía de una ideología lectora que atribuía al acto de leer una utilidad para la lucha política, y en este sentido mirar la editorial desde un artefacto cultural que busca activamente captar la atención del destinatario del mensaje en los términos en que puede ser captada nos remite a la existencia de un público muy amplio y difuso que entendía la lectura en estos términos. Respecto a los catálogos, la publicidad nos abre modos en que eran ordenados los libros que se publicaban de acuerdo tanto a lo que se consideraba que se estaba ofreciendo como a quiénes. El modo de presentar el catálogo en distintos momentos resulta, creemos, una vía interesante para captar cambios en los modos de entender el gusto de los lectores por parte de la oferta. Podría decirse que a lo largo de la década uno de los cambios en las iniciativas publicitarias de *A. Peña Lillo* fue pasar del énfasis en los temas, al énfasis en los nombres y en la lucha. De los temas que podrían potencialmente interesar a un público amplio, a dar por sentado ese interés y el reconocimiento de ciertos autores, su identificación implícita con los temas nacionales y la indicación de que a medida

que se estaban incorporando al catálogo, todos los textos sumaban a la conciencia nacional.

4.5 Los espejos de Peña Lillo

Arturo Peña Lillo promovía sus ventas al tiempo que entendía que publicar era una forma de militancia, y rescataba experiencias de comienzos de siglo como *La Cultura Argentina* de José Ingenieros , al mismo tiempo que se apartaba. Diferencias que asumía como «clima de época»: «Escribir, hacer y vender libros también se realiza por una vocación de militancia en la vida», y evoca a Manuel Gleizer[63], por haberlo conocido hacia el final de su vida, como exponente de una época en la que «hacer y divulgar libros era una misión y ganar dinero con ellos, casi una vergüenza». Situación que cambia con la «posterior transformación de la sociedad argentina de semicolonial a la de consumo» (Peña Lillo, 2004, pp. 15-16). Sin embargo, esta tensión nunca resuelta entre el lucro y la militancia, o entre mercado e ideología, redundó en que sean múltiples los modelos en los que Peña Lillo se mirara. En otra entrevista se diferencia de *Tor*, al tiempo que lo recuerda. Señalaba que Torrendel mantenía el libro a 30 centavos, pero en vez de agregar un pliego para una obra, dejaba afuera capítulos (Entrevista con Pierini y Carranza, 2003).

De Sagastizábal y Giuliani (2014) destacan que el modelo era *Claridad* de Antonio Zamora. Era el editor en quien mirarse en cuanto el mismo Peña Lillo leía por veinte centavos lo libros que editaba *Claridad*, editorial que «cubría el espectro más amplio de inquietudes proletarias» (Peña Lillo, 2004, p.32), y además el proyecto de Zamora tenía un carácter popular, su empeño estaba puesto en difundir saberes valiosos y no perseguía el lucro (2014, pp. 23-24). Sin embargo, luego de recordar que leía *Claridad*, Peña Lillo señalaba que «sus títulos, de dudoso rigor intelectual, iban de *El tratamiento de la sífilis* al *Manifiesto Comunista* de Carlos Marx, pasando por *Sin novedad en el frente*, de Remarque al *Matrimonio perfecto* de Van de Velde» (Peña Lillo, 2004, p.32). Es decir, el catálogo de *Claridad* era demasiado amplio como para confiar en los criterios de selección del sello, lo que Peña llama «rigor intelectual». Es por ello que los espejos/modelos que nos interesa analizar aquí para el caso de *A. Peña Lillo* son *La Cultura Argentina* de José Ingenieros, Editorial *Tor* y *Jorge Álvarez Editor.*

En cuanto a *La Cultura Argentina*, la colección *La Siringa* era un homenaje a Ingenieros, Arturo Peña Lillo había trabajado en la imprenta *Rosso* (Talleres Gráficos Argentinos L. J. Rosso) donde estos libros se producían y recordaba su familiaridad con el autor. Pero aquí quisiéramos recuperar que las colecciones de los veinte pretendían afirmarse como empresas pedagógicas independientes, de difusión masiva. La figuras del lector eran el estudiante, el obrero, el inmigrante a asimilar, de allí que un factor central fuera el precio accesible. Fernanda Beigel (2004) ha caracterizado los proyectos editoriales de los intelectuales de ese período vanguardista con el nombre «editorialismo programático», en el cual destaca el alto grado de articulación entre la producción cultural y la militancia política. Sus representantes fueron a la vez directores de revistas, vendedores de libros, tipógrafos, dirigentes políticos y ensayistas.

[63]Fue el editor de *El hombre que está solo y espera* de Raúl Scalabrini Ortiz en 1931. La intervención de Gleizer no se limita a la edición del ensayo sino que insta a su autor a escribirlo (Saítta, 2004, p. 109)

Conformaron una vertiente singular de la tarea editorial, que sobrepasó la búsqueda de un mercado, por cuanto se hallaba ligada a proyectos colectivos y no a un espíritu empresarial, procurando generar con ella un «ambiente intelectual». Para el proyecto de Peña Lillo, nos interesa reconocer que abreva en esa tradición al llevar adelante su empresa editorial y pensarse a sí mismo como editor. En sus propias palabras, era para él «una forma de militancia» . Y puede reconocerse la visión de una colección permeada por el sesgo didactista que prevaleció en el impulso de Ingenieros en el Buenos Aires de entreguerras, en particular vinculado al carácter popular de las publicaciones, evidenciada en su bajo precio y en un circuito de venta que excede a las librerías. Aunque también es preciso establecer una serie de distancias con el proyecto de biblioteca de Ingenieros, que nos indica que otros modelos están operando al mismo tiempo. En primer lugar, el didactismo en el caso de Peña Lillo ya no se refiere a introducir a las clases más bajas a una «cultura universal», sino más bien se apoya en cierta idea de que se deben ofrecer síntesis de un pensamiento, que sea accesible a quienes no tengan el hábito de leer o no puedan acceder a las obras más voluminosas.

> «Estos libros no se constriñen para abaratarlos: son la síntesis a la dimensión homeopática de temas y problemas que el hombre actual, no puede abordar en toda su amplitud, porque el tiempo le pisa los talones. Si estos libros logran evitar la frondosidad, sintetizar el pensamiento y dar la idea madre, han cumplido con su cometido» (Peña Lillo, 1965, p.103)

En segundo, mientras Ingenieros afrontó una inversión costosa, que muchas veces tuvo que solventar por otros medios, la empresa de Peña Lillo fue comercial al menos en el sentido de que se sostenía a sí misma económicamente, y el editor buscaba activamente expandir sus ventas, más allá del valor político o social que pueda atribuírsele. Pero es interesante notar que su identificación con los modelos anteriores no excluía discontinuidades y diferencias que asumía como «clima de época», como indicamos al comienzo de este apartado respecto a Manuel Gleizer como exponente de una época que ya no existe.

Y en tercer lugar, la afirmación de una identidad nacional en el caso de Ingenieros se sostenía en la recuperación de un legado de pensadores ya fallecidos a la que habían contribuido en el siglo anterior, a los que agrega algunos contemporáneos, como «enciclopedia de los clásicos argentinos» , mientras que en el caso de Peña Lillo la cuestión de la identidad nacional es más compleja y matizada. La cuestión de la nación, en el momento en que se publica *La Siringa,* une elementos del concepto de nación liberal que había entrado en crisis y del peronismo como el movimiento nacional, y se estaban redefiniendo y resignificando los modos de entender la nación y la nacionalidad.

La Editorial *Tor* aparece repetidamente mencionada por Peña Lillo configurando un antimodelo. En palabras de Peña Lillo,

> «Pésimas ediciones, mal traducidas, terminadas donde el pliego concluía por razones técnicas y no por designio del autor, denuncian ya los vicios de la desaprensiva y gran industrialización del libro. A esta editorial no la tiene en cuenta ningún cronista, por constituir una página negra en la historia editorial, pero su existencia, no por esa omisión, a sido menos real» (Peña Lillo, 1965, p.25).

De acuerdo a Carlos Abraham (2016), quien ha investigado sobre *Tor*, estas observaciones resumen la doxa circulante respecto al desdén que inspiraba *Tor*. Y como hemos señalado, Peña Lillo explicaba que Torrendel mantenía un bajo precio, pero cercenando la obra. Se diferenciaba de *Tor*, al tiempo que lo tenía presente, por eso nos interesa como antimodelo. La editorial *Tor*, fundada por Juan Carlos Torrendel en 1916, hasta su cierre en 1971 produjo alrededor de 10.000 títulos de libros y 2.000 revistas, con tiradas que corresponderían a nuestros ojos a las de un diario de primera línea, fue la mayor editorial que haya existido en América Latina. Al poco tiempo de su fundación se compraron maquinarias y desarrollaron sus propios talleres gráficos. Dos rotativas adquiridas a principios de los años treinta les permitía imprimir una tirada de 20.000 ejemplares de un libro por día, pero a la vez exigían que por lo menos se tirasen 5.000 ejemplares para que los costos rindieran. Estas tiradas no podían ser asimiladas en su totalidad con el mercado local por lo que *Tor* se caracterizó, junto a su contemporánea *Claridad*, por obtener buena parte de sus ganancias en base a la exportación de libros a diversos países de América. Casi el setenta por ciento de su tirada se dirigía al mercado exterior entre los treinta y los cuarenta, momento en que los envíos podían hacerse mediante correo postal a bajo costo con la denominación «libro de edición argentina». Para cuando llegó el turno de Peña Lillo, a partir de la década de 1960, ese mercado estaba obturado. Peña Lillo nunca se ocupó del exterior, en una época en que *Tor* ya tampoco podía, y se convertía en una sombra de lo que había sido. A partir de 1959 Tor se dedicó únicamente a reediciones por cuestiones presupuestarias, y de clásicos como el *Martín Fierro*. Según Jorge Torrendel, quien finalmente cerró la editorial en 1971, no se podía exportar porque no se cobraba nunca, el correo no daba ninguna seguridad de nada, y los envíos no llegaban nunca, a veces las utilidades tenían un año de demora (Abraham, 2016).

Otra de las características fundamentales de *Tor* fue haber sido una editorial centrada exclusivamente en el aspecto comercial de la actividad. No había motivación intelectual, publicaba todo aquello que diera ganancias, sin importarle ninguno de los factores que no están asociados al lucro, como el prestigio de los autores, la ideología de éstos, la importancia histórico-literaria de las obras, para citar algunos. Esto tuvo, según lo estudiado por Abraham (2016), dos consecuencias, por un lado la diversidad temática: es imposible distinguir una línea editorial. Desde la editorial se pretendía ocupar todas las áreas del mercado literario y la única condición para la publicación de un libro era que tuviera oportunidades de venderse. La otra, la multiplicidad de títulos, conformando el mayor catálogo de la historia editorial argentina con más de 12.000 títulos y revistas publicados. Una característica importante asociada a esto es lo que Abraham llama «apoliticidad», Juan Carlos Torrendel no pertenecía a ninguna corriente política, pero además el hijo del editor recuerda que ante el cuestionamiento de haber editado «El judío Internacional» o «Mi Lucha» de Hitler, la respuesta fue «esto es una fábrica de libros». Agregamos aquí que esta apoliticidad implica no sólo que se privilegia el negocio sobre cualquier ideología, sino además que esto no constituye un problema. No se trata de no haber elegido una corriente ideológica más o menos definida para encuadrarse sino de que ni siquiera se considere la significación político-cultural del material que se brinda. Peña Lillo, por el contrario se ocupó de conformar lo que entendía como línea ideológica y sufría las contradicciones de mantener un negocio a la vez que un proyecto político-cultural. ¿Por qué entonces evocar a *Tor*? Quizás por una última característica que sí compartían: su orientación a los

sectores populares, el dedicarse a producir ediciones masivas y económicas, además que *Tor* publicó muchos libros que Peña Lillo podría haber incluido en su catálogo, como las colecciones de ensayos *El Pensamiento Argentino* o *La Tradición Argentina.*

Jorge Álvarez Editor sin duda no era un modelo en los comienzos de Peña Lillo. Esa editorial comenzó a existir en 1963. Sin embargo, cuando le pregunté a su hija Laura Peña si Arturo tenía en cuenta otras editoriales de la época como *Eudeba,* su respuesta fue negativa, Arturo admiraba a Jorge Álvarez. En dos aspectos que a él mismo le preocupaban: el valor simbólico del nombre y el catálogo. No se trataba de editar de todo, sino de seguir un criterio que haga reconocible la marca, lo cual Jorge Álvarez había logrado rápidamente: «La gente pedía en las librerías los libros de Jorge Álvarez y eso no pasaba con otras editoriales» (Álvarez, 2013, pp.36-37).

4.6 Algunos indicios para una historia de la recepción: sus lectores de historia argentina

En 1969, cuando el profesor de historia de la hija de Peña Lillo, Laura, la identifica como tal, le envía saludos que Arturo Peña Lillo retribuye con el envío de *La Guerra del Paraguay y las Montoneras Argentinas*, gesto que le agradece porque «soy un admirador de ese gran historiador argentino que es el Doctor Rosas [sic], cuyos libros utilizo frecuentemente en la cátedra para que los alumnos conozcan la verdadera Historia Argentina, y no la falsificada que nos enseñaron desde pequeños, reemplazando nuestro heroico pasado nacional, por simples frases hechas» (Archivo Laura Peña). «Bagnat era mi profesor de historia de 2º año. Y cuando se enteró de que mi papá era Peña Lillo, me hablo muy bien de la editorial. Entonces papá le acerco un libro por ese motivo.» (Laura por correo electrónico 5 de septiembre de 2015).

El archivo personal de Peña Lillo conservó además dos cartas de lectores que eran a su vez presos políticos. Uno de ellos era Gustavo Rearte, quien le escribe desde el Pabellón 12 del penal de Caseros, es una carta sin fecha, pero escrita durante los poco más de dos años que estuvo en prisión, entre junio de 1961, cuando fue encarcelado y octubre de 1963, momento en que se hace efectiva la amnistía que el gobierno de Illia promulga para todos los presos políticos. En la carta, Gustavo Rearte le solicita a Arturo Peña Lillo, a quien identifica con «Editorial Siringa» que le facilite «con fines de estudio algún o algunos ejemplares de vuestras publicaciones». La justificación del pedido es que «los herederos de esas epopeyas ni aún en la cárcel queremos perder un instante, la oportunidad de elevar nuestra capacidad combativa elevando el índice del conocimiento, ya que en la determinación exacta de nuestra significación histórica está la fuerza creadora de un destino, al cual no seremos merecedores, si no nos mostramos capaces de superar las contingencias propias de la lucha misma». En esta fuente podemos notar que tempranamente, a comienzos de la década, «Peña Lillo» y «Siringa» ya son identificados por parte del lector como fuentes de conocimiento a la vez que herramientas de lucha. Ese lector no era cualquier lector, y quizás por ello Peña conservó la carta, se trataba de un militante destacado en la Resistencia Peronista y es considerado un ideólogo del peronismo contestatario, ya que bajo su égida pasaron el Movimiento Revolucionario Peronista (MRP), -de su mente y de su acción, en gran medida, salió la declaración de principios de dicha organización-, la Juventud Revolucionaria Peronista (JRP) y el Movimiento Revolucionario 17 de Octubre

(MR-17). También fue fundador del periódico *En Lucha*, órgano de difusión del MR-17 (Baschetti). Eidelman considera que Rearte era uno de los principales dirigentes de la JP y reconstruye en detalle su trayectoria: en 1955 fue delegado metalúrgico. Después, pasó a trabajar en Jabón Federal y fue elegido secretario general del Sindicato de Jaboneros y Perfumistas de Capital a los 24 años, en 1957. Militante de la resistencia, había integrado el mismo año el Comando general Valle. Participó de la fundación de la Intersindical y de las 62. Al año siguiente, cuando los sectores intransigentes del movimiento se negaron a apoyar a la UCRI y levantaron el voto en blanco, Rearte cumplió la orden de Perón y militó por el apoyo electoral del peronismo a Frondizi. En 1958 se tuvo que exiliar en Uruguay. Ya en 1959 integró la segunda Mesa Ejecutiva de la JP y en 1960 dirigió un comando que realizó «el bautismo de fuego» de la JP: el asalto a un destacamento de la Aeronáutica, en Ezeiza, como parte de las operaciones guerrilleras del Ejército Nacional de Liberación (ENL), más conocido como los Uturuncos. En octubre de 1961, un órgano de la juventud peronista informaba que Rearte, por entonces preso, era el secretario de organización de la Mesa Ejecutiva de la JP. Había pasado años en la clandestinidad y prófugo con pedido de captura de las fuerzas represivas. El 16 de junio 1961 fue baleado por la espalda por la Policía, en Rodríguez Peña y Sarmiento, cuando se resistió a su detención. Un tribunal de guerra lo condenó a varios años de prisión por "actividades subversivas", pero por la amnistía de octubre de 1963, cumplió 26 meses. Tras el congreso de la JP, viajó a Madrid para conocer a Perón y a su regreso se crea la JRP (Eidelman, 2006, p. 21).

Diez años después, cuando la batalla se consideraba «ganada», otro lector, preso político en La Plata, en una carta del 26 de junio de 1972, le escribe agradecido por los tres libros que le enviara Peña Lillo, aunque sólo le había pedido uno en un correo anterior. Le comenta que

> «ya leí el libro del compañero Belloni sobre el sindicalismo y en líneas generales estoy de acuerdo con él, ya que también me identifico como un militante peronista, pero es muy importante tomar en cuenta la claridad del compañero, ya que este libro fue escrito en el '59 y que los hechos lo actualizan a 1972, así que ahora me lanzo con todo al de Abelardo Ramos, veremos que pasa».

Es interesante notar que el lector realiza un pedido al editor, no a algún autor particular, y confía en los criterios de Peña Lillo. Por ello es que a continuación le pide «algún tipo de catálogo de sus publicaciones, ya que en muchas oportunidades más de una ayuda al preso político, nos dicen [preguntan] que libros queremos y por falta de información debido al tiempo que uno lleva acá y mil razones más, uno se queda callado como un bobo y después vienen cada libros que a uno le amargan la vida de lo malos que son». Se desprende de esta fuente que existían lectores de la editorial que para 1972 tenían identificado al sello con temas de interés aunque no supieran identificar los nombres de los autores y los títulos de las obras, lo cual sería en todo caso secundario y necesario sólo para poder conseguirlos.

Cuando fallece Arturo Peña Lillo en 2009, el suplemento de cultura del diario Página/12 acompañó la noticia con algunas notas de opinión breves. En una de ellas, Horacio González recordó los libros de la colección *La Siringa*, «con sus frágiles tapas y su menudita tipografía», considerándolos una parte de lo que en la historia moderna del país podemos considerar un ejemplo de «tradición libertaria, de libros de

trinchera». Resulta relevante en su memoria el espacio social que ocupaban esos libros: «recuerdo esos libros sobre antiguas mesas de mármol, en las noches del Bar La Giralda de la calle Corrientes, repleto de humo, ginebra Bols y egregio utopismo». Los recuerdos no se detienen específicamente en el editor, «pero [Peña Lillo] era el armazón invisible de un cuerpo ansioso tendido colectivamente sobre las mesas de café» (González, 2009). Aquí podemos reconocer uno de los modos de aquello que Raymond Williams definió como «formaciones», el entramado del que esos libros formaban parte y que se manifiesta informalmente.

En este breve recorrido por algunos indicios de lecturas y lectores nos interesa destacar la acumulación de capital simbólico que fue logrando el sello *A. Peña Lillo Editor* a lo largo de su existencia, que hubo un reconocimiento por parte de los destinatarios y que al haber sido esto buscado por el editor, forma parte del éxito de su apuesta.

5 Reflexiones finales

En este trabajo hemos desarrollado el problema de la tensión entre el lucro y la función cultural que se le otorga al libro, que hace a la complejidad del período en general y de nuestro objeto en particular, la constelación de editoriales de la izquierda nacional.

El fenómeno del *libro funcional* daba cuenta de nuevos modos de ofrecer libros en una dinámica global que marcaba como tendencia para Occidente la expansión del libro y los lectores, mientras que en su dinámica local, Arturo Peña Lillo incluía en este diagnóstico sobre la funcionalidad, al libro de historia y sociología, necesario para las luchas políticas del presente. Mientras que *Eudeba,* por su parte, ofrecía «libros para todos», lo cual consistía en tratar al libro como mercancía y fomentar su consumo al mismo tiempo que se ignoraba al lucro como meta. Este esfuerzo por fomentar la producción y el consumo aunque no se busque el lucro lograban una cierta familiaridad respecto al libro y una importante visibilidad de esta editorial, ya consumada a comienzos de 1963, y que se debió en gran parte al éxito de venta del *Martín Fierro* ilustrado por Castagnino.

Editar el texto de José Hernández formó parte en ese contexto de una lucha por el sentido del *Martín Fierro* que nos permitió vislumbrar que se compartía el supuesto de que los modos de acceso a los textos eran importantes y tenían un lugar relevante en la disputa por el sentido histórico de las luchas políticas del presente. El *caso Martín Fierro,* entonces, deja ver la importancia otorgada al cómo editar como parte de un conflicto ideológico. El *Martín Fierro* publicado por *Ediciones Programa,* que enfatizaba la imagen del gaucho perseguido por el aparato oligárquico a través de las ilustraciones de Ricardo Carpani y el prólogo de Rubén Bortnik, daba cuenta de una preocupación por cómo se presentan los textos y qué sentidos se le anexan, en este caso «un ángulo nacional y revolucionario».

En un mercado editorial expandido, la distinción y la masividad eran las marcas de las que la izquierda nacional no fue ajena. El libro masivo de la izquierda nacional fue el de las colecciones *La Siringa* y *Coyoacán,* colecciones que estaban conformadas por breves ensayos que abarcaban problemáticas históricas y político-culturales, en un formato de libro de bolsillo a precios económicos. Formaban parte de una constelación conformada por *Hachea* de Hernández Arregui, *Relevo* de Eduardo Astesano, y *Programa* de Alberto Belloni, *Amerindia, Mar Dulce*, *Rancagua* y *Octubre* de Jorge Abelardo Ramos, *Sudestada* de Ortega Peña y Duhalde, *Eudeba* hacia el final del período y atravesando las dos décadas, *A. Peña Lillo*, empresa de orientación ideológica definida que se vuelve comercialmente relevante.

La pregunta por los consumidores en grupo llamados público, constituido en la interacción con el mercado, nos llevó a analizar el conjunto de factores implicados en la compraventa de productos culturales, que promovía determinados tipos de consumo. Uno de los factores a considerar fue que el encuentro entre la oferta de las colecciones masivas y este nuevo público se realizaba en kioscos de diarios, por lo que utilizamos

la publicidad como medio para analizar cómo se consideraba al comprador. El lector imaginado por Peña Lillo, ya no es el lector de entreguerras, en cuanto la editorial debe ofrecerle una conducta ideológica fácilmente identificable con su sello, mientras que además se imagina cierta sofisticación del consumidor en cuanto no pueden ofrecerse libros baratos que dejen afuera capítulos. Ese lector ideal comparte preocupaciones ideológicas y es activo: en la interpelación desde el texto publicitario, leer es «romper la redes», liberarse de la telaraña, de la «confusión histórica».

Pudimos notar en ello uno de los modos de «ideología lectora», en cuanto al sentido de difundir libros y a la atribución de valores o funciones al acto de leer, por lo que el éxito de venta de ensayos históricos era pasible de ser leído como índice de cambios culturales, o en los términos de la época, en la conciencia nacional. Al suponer que para alcanzar esa conciencia había que intervenir en el mercado (esto era explícito en *Compañero* y *18 de Marzo*), eran múltiples los modelos de editor contemplados por quienes llevaban adelante la tarea. El caso de *A. Peña Lillo* nos ha brindado las múltiples aristas de esa mezcla.

«Seguir al libro» nos permitió dar cuenta tanto del éxito comercial, como también de los periódicos y grupos que se interesaban por los autores y textos, y así visibilizar la multiplicidad de actores que se identificaban con la izquierda nacional. Hemos aportado, entendemos, a la historia de las figuras menos conocidas de la izquierda nacional, y de la conformación de esa tradición como tal. Entendemos que la conformación de esta tradición tuvo lugar de la mano de ciertos editores y autores que buscaban activamente un lugar en el mercado editorial y en la opinión pública, y de su incidencia en los debates que se daban en el seno del peronismo durante la proscripción de su líder. Nuestro recorrido por las iniciativas editoriales que conformaron, que dieron entidad a una «izquierda nacional» se nos presenta dentro de un fenómeno editorial como modo de identificación y hemos encontrado indicios de ello tanto en informes de servicios de inteligencia, como en comentaristas contemporáneos, es un rasgo que también fue señalado retrospectivamente por algunos protagonistas, y esperamos haber presentado los aportes de abordarlo de este modo.

Todavía queda camino por recorrer: nuestro interés por la dimensión editorial anticipa un abordaje más global de la historia de la historiografía de la izquierda nacional y forma parte de los esfuerzos por explorar respuestas a la pregunta acerca de qué es la izquierda nacional, pero también a su relación con los públicos de historia. La historia de la historiografía está crecientemente ocupándose de un horizonte de cuestiones que orientan la reflexión actual en el campo de estudios, que se ha ampliado notoriamente al incluir a los lectores, los contextos de lectura, sus gustos e intereses, los medios a través de los cuáles públicos amplios acceden al conocimiento histórico y a las fuentes de ese conocimiento (Mastrogregori y Eujanian, 2016). Esperamos que este trabajo entre en diálogo con estas aproximaciones y aporte para problematizar la idea que solemos tener respecto al modo en el que circulan los saberes, muchas veces concebido como una transferencia de significados vertical y en una sola dirección –de las élites cultivadas a públicos pasivos- y dual, en el sentido de distinguir espacios de producción y consumo autónomos entre sí, como así también abonar a la pregunta ¿De qué manera se construye la imagen que vastos sectores sociales tienen de su pasado? (Cattaruzza, 2003).

Archivos consultados

Archivo de la Comisión Provincial de la Memoria de la Provincia de Buenos Aires

Archivo personal de Laura Peña

Archivos y colecciones de la Biblioteca Nacional: Fondo Darío D'Alessandro; Fondo CEN

Biblioteca del Instituto de Investigaciones Gino Germani

Centro de Documentación e Investigación de la Cultura de Izquierdas en Argentina (CeDInCI): Fondo Alberto Belloni; Biblioteca y Hemeroteca

Acervos Digitales:

http://www.ahira.com.ar/

http://www.archivoprisma.com.ar/

http://constelaciones.bn.gov.ar/constelaciones/main.html

http://fierro.bn.gov.ar/

http://jorgeabelardoramos.com/

http://www.magicasruinas.com.ar/

http://www.peronlibros.com.ar/

http://www.robertobaschetti.com/

http://www.ruinasdigitales.com/

http://www.unesco.org/new/en/unesco/resources/publications/unesdoc-database/

Entrevistas citadas:

Pigna, Felipe, «Lo Pasado pensado. Entrevista a Peña Lillo. Parte 3 de 4». Archivo de Video en línea, YouTube, Obtenido de https://www.youtube.com/

watch?v=bgCNuVUzfZ8 Consultado el 09 de abril de 2015

IZQUIERDANACIONAL, "Peña Lillo 2da parte. Editor de libros", Archivo de Video en línea, YouTube, 4 de octubre de 2012. Obtenido de http://www.youtube.com/

watch?v=HiYFh7a-Qgg Consultado el 05 de septiembre de 2013. [Entrevista a Arturo Peña Lillo del 5 de febrero de 2002 por Gustavo Gargiulo].

López Ocón, M., "Un editor de raza. Entrevista a Arturo Peña Lillo", Revista Noticias, 20 de octubre de 2007.

Pierini, M. y Carranza, G., "Entrevista a Peña Lillo. Entre Arturo Jauretche y Alejandra Pizarnik. Recuerdos de un editor nacional", Universidad Nacional de Quilmes, 2003, en http://www.unq.edu.ar/layout/nota_imprimir.jsp?idContent=12777. Consultado el 15 de mayo de 2009.

Vitale, C., "Entrevista al legendario editor Arturo Peña Lillo. Nuestra historia debe leerse al revés para ser entendida ", en Página/12, 9 de diciembre de 2005, consultada en: http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/espectaculos/2-1230-2005-12-09.html

Bibliografía

Abraham, C. (2016). *La editorial Tor. Medio siglo de libros populares*. **Temperley: Tren en Movimiento.**

Abu-Lughod, L. (2005). La interpretación de la(s) cultura(s) después de la televisión. *Etnografías Contemporáneas* **(1).**

Acha, O. (2009). *Historia crítica de la historiografía argentina. Vol. I: Las izquierdas en el siglo XX*. **Buenos Aires: Prometeo.**

Acha, O. (2012). *Un revisionismo histórico de izquierda y otros ensayos de política intelectual*. **Buenos Aires: Ediciones Herramienta.**

Aguado, A. (2006). 1956 – 1975. La consolidación del mercado interno. En J. L. De Diego (Ed.), *Editores y políticas editoriales en Argentina (1880 – 2000)*. **Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.**

Agüero, A. C. y D. García (2013). Culturas locales , culturas regionales , culturas nacionales. *Prismas. Revista de historia intelectual* **(17), 181–185.**

Altamirano, C. (2011). *Peronismo y cultura de izquierda*. **Buenos Aires: Siglo XXI Editores.**

Altamirano, C. (2013). *Intelectuales. Notas de investigación sobre una tribu inquieta*. **Buenos Aires: Siglo XXI Editores.**

Altamirano, C. y B. Sarlo (1980). *Conceptos de sociología literaria*. **Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.**

Alvarado, M. (2009). *Paratexto*. **Buenos Aires: Eudeba.**

Alvarado, M. y R. Rocco-Cuzzi (1984). Primera Plana: el nuevo discurso periodístico de la década del '60. *Punto de Vista* **(22).**

Álvarez, J. (2013). *Memorias*. **Buenos Aires: Libros del Zorzal.**

Apaza, H. (2008). Divulgadores de la historia , público y sentido común. *KAF I* **(1), 44–52.**

Balbi, F. A. (2007a). *De leales, desleales y traidores. Valor moral y concepción de política en el peronismo*. **Buenos Aires: Antropofagia.**

Balbi, F. A. (2007b). La dudosa magia del carisma. Explicaciones totalizadoras y perspectiva etnográfica en los estudios sobre el peronismo. *Avá* **(11), 11–37.**

Balbi, F. A. (2009). ¿Explicar "El peronismo"? Apuntes para un debate pendiente. *Desarrollo Económico 49* **(193), 151–160.**

Barbier, F. (2005). *Historia del libro*. **Madrid: Alianza.**

Barker, R. y R. Escarpit (1973). *The book hunger*. **Londres: Harrap.**

Barletta, A. M. y M. L. Lenci (2001). Politización de las Ciencias Sociales en la Argentina. Incidencia de la revista Antropología 3er. Mundo 1968-1973. *Sociohistórica 8*, **177–199.**

Baschetti, R. Militantes del peronismo revolucionario uno por uno.

Baschetti, R. (2012). *Documentos de la resistencia peronista 1955-1970 vol I y II*. **La Plata: De la Campana.**

Becker, H. (2014). *Trucos del oficio. Como conducir su investigación en ciencias sociales*. **Buenos Aires: Siglo XXI Editores.**

Beigel, F. (2004). El editorialismo programático. En H. Biagini y A. A. Roig (Eds.), *El pensamiento alternativo en la Argentina del siglo XX. Tomo I: Identidad, utopía, integración (1900–1930)*, **pp. 445– 454. Buenos Aires: Biblos.**

Bhaskar, M. (2014). *La máquina de contenido. Hacia una teoría de la edición desde la imprenta hasta la red digital*. **México: Fondo de Cultura Económica.**

Biblioteca Nacional Mariano Moreno. Martín Fierro interactivo.

Blanco, A. (2014). Los proyectos editoriales de Gino Germani y los orígenes intelectuales de la sociología. *Desarrollo Económico 43*(**169), 45–74.**

Blanco, M. J. (2015). Públicos y éxito editorial de la izquierda nacional (1955-1976).

Bonelli Zapata, A. (2016). Las ilustraciones de Ricardo Carpani y los escritos de Luis Leopoldo Franco. Materialidad, arte y política (1960-1990).

Bontempo, P. (2011). La publicidad de lo íntimo. El Epistolario Sentimental de la revista Para Ti (1924-1933). *Trabajos y Comunicaciones* **(37).**

Bossié, F. (2009). Libros, Bibliotecas y Bibliotecarios Una Cuestión De Memoria [Books, Libraries, and Librarians: a Question of Memory]. *20*(**20), 13–40.**

Bourdieu, P. (1997). Espíritus de Estado. Génesis y estructura del campo burocrático. En *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*, **pp. 91–138. Barcelona: Anagrama.**

Bourdieu, P. (2010). *El sentido social del gusto*. **Buenos Aires: Siglo XXI Editores.**

Carassai, S. (2013). *Los años setenta de la gente común. La naturalización de la violencia*. **Buenos Aires: Siglo XXI Editores.**

Carman, F. (2015). *El poder de la palabra escrita. Revistas y periódicos argentinos (1955-1976)*. **Buenos Aires: Biblioteca Nacional.**

Cattaruzza, A. (2003). El revisionismo. Itinerarios de cuatro décadas. En *Políticas de la historia*, **Capítulo 4. Buenos Aires: Alianza.**

Cattaruzza, A. y A. Eujanian (2003). *Políticas de la historia: Argentina 1860-1960*. **Buenos Aires: Alianza.**

Caturla Viladot, A. (2005). *A orillas del texto. Por una teoría del espacio paratextual*. **Tesis Doctoral, Universitat de Barcelona.**

Celentano, A. (2016). Introducción. *Dossier . Revistas y libros de la nueva izquierda intelectual 84*(**junio), último acceso: 09/06/16.**

Celesia, F. y P. Waisberg (2007). *La ley y las armas. Biografía de Rodolfo Ortega Peña*. **Buenos Aires: Aguilar.**

Chumbita, H. (2006). Patria y revolución. La corriente nacionalista de izquierda. En H. Biagini y A. A. Roig (Eds.), *El pensamiento alternativo en la Argentina del siglo XX, tomo II*. **Buenos Aires: Biblos.**

D'Alessio, H. (2007). La editorial Peña Lillo y su rol en la difusión del nacionalismo antiimperialista argentino, en IV Jornadas de Historia *de las izquierdas. Prensa política revistas culturales y emprendimientos editoriales de las izquierdas latinoamericanas* **. Buenos Aires: Cedinci.**

De Diego, J. L. (2010). Los intelectuales y la izquierda en la argentina (1955-1975). En C. Altamirano (Ed.), *Historia de los intelectuales en América Latina II*, **pp. 395–416. Buenos Aires: Katz.**

De Diego, J. L. (2015). *La otra cara de Jano. Una mirada crítica sobre el libro y la edición*. **Buenos Aires: Ampersand.**

De Diego, J. L. d. (2006). *Editores y políticas editoriales en Argentina (1880 - 2000)*. **Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.**

De Sagastizábal, L. (2002). *El mundo de la edición de libros*. **Buenos Aires: Paidós.**

De Sagastizábal, L. y A. Giuliani (2014). *Un editor argentino. Arturo Peña Lillo*. **Buenos Aires: Eudeba.**

De Sagastizábal, L. y A. Giuliani (2015). La editorial Peña Lillo: sus políticas en el catálogo y en la empresa (1958 -1976).

Devoto, F. y N. Pagano (2004). *La historiografía académica y la historiografía militante en Argentina y Uruguay*. **Buenos Aires: Biblos.**

Di Stéfano, M. (2013). *El lector libertario. Prácticas e ideologías lectoras del anarquismo argentino (1898-1915)*. **Buenos Aires: Eudeba.**

Eagleton, T. (1997). *Ideología. Una introducción*. **Barcelona: Paidós.**

Ehrlich, L. (2012). *Intransigentes, duros y revolucionarios. Variaciones en la cultura política peronista entre 1955 y 1963*. **Ph. D. thesis, Universidad de Buenos Aires.**

Eidelman, A. (2004). *Militancia e historia en el peronismo revolucionario de los años 60: Ortega Peña y Duhalde* **. Buenos Aires: Centro Cultural de la Cooperación - Ediciones del Instituto Movilizador de Fondos Cooperativos.**

Erdman, G. (2005). El ensayo en la Argentina. Entrevista a Beatriz Sarlo. *El Interpretador* **(10).**

Escarpit, R. (1965, sep). The revolution in books. *The Unesco Courier*.

Escarpit, R. (1966). *The Book Revolution*. **Londres: Harrap.**

Escarpit, R. (1968). *Sociología de la literatura*. **Barcelona: Oikos-tau.**

Escarpit, R. (1972). El hambre de leer. *El Correo de la Unesco* **(año XXV), 6–12.**

Espeche, X. (2010). *Uruguay latinoamericano. Carlos Quijano, Alberto Methol Ferré y Carlos Real de Azúa: entre la crisis estructural y la cuestión de la viabilidad nacional (1958-1968)*. **Tesis doctoral, Universidad Nacional de General Sarmiento.**

Eujanian, A. (1999a). *Historia de revistas argentinas 1900/1950. La conquista del público*. **Buenos Aires: Asociación Argentina de Editores de Revistas.**

Eujanian, A. (1999b). La cultura: público, autores, editores. En M. Bonaudo (Ed.), *Nueva Historia Argentina Tomo IV*. **Buenos Aires: Sudamericana.**

Fernández, O. (2006). Eudeba: el papel del Estado en la edición de libros en Argentina (1958-1980). En M. Bueno y M. Á. Taroncher (Eds.), *Centro Editor de América Latina. Capítulos para una historia*, **pp. 39–61. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.**

Ferreira, F. (2015). Editorial Claridad. Una revolución de los espíritus.

Ferro, R. (1999). La literatura en el banquillo. Walsh y la fuerza del testimonio.En N. Jitrik (Ed.), *La irrupción de la crítica, vol. 10 de Historia crítica de la literatura argentina*, **pp. 125–145. Buenos Aires: Emecé.**

Funes, P. (2007). Los libros y la noche. Censura, cultura y represión a través de los Servicios de Inteligencia del Estado. *Dimensoes* **(19), 133–155.**

Funes, P. (2008). Desarchivar lo archivado. Hermenéutica y censura sobre las ciencias sociales latinoamericanas. *Iconos. Revista de ciencias sociales* **(30), 27–39.**

Galván, M. V. (2008). *El Movimiento Nacionalista Tacuara y sus agrupaciones derivadas : una aproximación desde la historia cultural*. **Maestría en Sociología de la Cultura, Universidad de San Martín.**

García, N. (2013). *Historia sociocultural, política y educativa de la Biblioteca Popular 'Constancio C. Vigil' de Rosario (1933-1981)*. **Tesis doctoral, Universidad Nacional de Entre Ríos.**

García Moral, M. E. (2015). Izquierda nacional, peronismo de izquierda y usos del pasado. Buenos Aires. XI Jornadas de Sociología. Coordenadas contemporáneas de la sociología: tiempos, cuerpos, saberes.

Gené, M. (2005). *Un mundo feliz. Imágenes de los trabajadores en el primer peronismo. 1946-1955* **(Universida ed.). Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.**

Genette, G. (2001). *Umbrales*. **Buenos Aires: Siglo XXI Editores.**

Georgieff, G. (2008). *Nación y revolución. Itinerarios de una controversia en Argentina (1960 -1970)*. **Buenos Aires: Prometeo.**

Getino, O. (1995). *Industrias culturales en la Argentina, dimensión económica y políticas públicas*. **Buenos Aires: Colihue.**

Gillespie, R. (2011). *Soldados de Perón. Historia crítica sobre los Montoneros*. **Buenos Aires: Sudamericana.**

Gilman, C. (2001). Mercado y consagración: la revolución cubana y la reconsideración de la 'nueva narrativa latinoamericana' (1961-1971).En J. Lasarte (Ed.), *Territorios intelectuales. Pensamiento y cultura en América Latina*, **pp. 401– 423. Caracas: La Nave Va.**

Gilman, C. (2007). *Entre la pluma y el fusil. Debates y dilemas del escritor revolucionario en América Latina*. **Buenos Aires: Siglo XXI Editores.**

Giordano, J. P. (2011). En los bordes de una "historia para más". La paratextualidad en los fascículos coleccionables del Centro Editor de América Latina (1969-1974). *Signos y Sentidos* **(12), 79–105.**

Gociol, J. (2012). *Libros para todos. Colecciones de EUDEBA bajo la gestión de Boris Spivacow (1958-1966)*. **Buenos Aires: Biblioteca Nacional.**

Goebel, M. (2006). Marxism and the revision of Argentine history in the 1960s . *EIAL 17* **(1).**

Goebel, M. (2007). A movement from right to left in Argentine nationalism? The Alianza Libertadora Nacionalista and Tacuara as stages of militancy. *Bulletin of Latin American Research 26***(3), 356–377.**

Goebel, M. (2013). *La argentina partida. Nacionalismos y políticas de la historia*. **Buenos Aires: Prometeo.**

González Velasco, C. (2015). Pasen y vean… y escuchen y lean: El mercado de los espectáculos porteños durante la entreguerras.

Gorelik, A. (1999). Buenos Aires y el país: figuraciones de una fractura. En C. Altamirano (Ed.), *La Argentina en el siglo XX*, **pp. 136–161. Buenos Aires: Ariel/Universidad Nacional de Quilmes.**

Gutierrez, L. y L. A. Romero (2007). *Sectores populares, cultura y política. Buenos Aires en la entreguerra*. **Buenos Aires: Siglo XXI Editores.**

Hall, S. (2003). Introducción: ¿Quién necesita identidad? *Cuestiones de identidad cultural*, **13–39.**

Halperin Donghi, T. (1970). *El revisionismo histórico argentino*. **Buenos Aires: Siglo XXI Editores.**

Hernández, P. J. (1997). *Peronismo y pensamiento nacional 1955-1973*. **Buenos Aires: Biblos.**

Kahan, E. N. (2007). *"Unos pocos peligros sensatos". La Dirección de Inteligencia de la Policía de la Provincia de Buenos Aires frente a las instituciones judías de la ciudad de La Plata*. **Tesis de maestría en historia y memoria, Universidad Nacional de La Plata.**

Levin, F. (2015). *Humor gráfico. Manual de uso para la historia*. **Los Polvorines: Universidad Nacional de General Sarmiento.**

López, M. P., L. Chitarroni, A. Cristófalo, y D. Tabarovsky (2013). Mapa celeste de las editoriales argentinas [videograbación] / Biblioteca Nacional Mariano Moreno.

Lorenc Valcarce, F. (2012). Sociología de los mercados: modelos conceptuales y objetos empíricos en el estudio de las relaciones de intercambio. *Papeles de Trabajo 6*(**9), 14–36.**

Lozada, J. M. (2012). Las Ediciones Ilustradas del Martín Fierro. Investigación bibliográfica.

Macor, D. (1995). Imágenes de los años treinta. La invención de la década del treinta en el debate político intelectual de la argentina sesentista. *Documento de Trabajo N° 3*.

Maddoni, A. V. (2008). Ricardo Carpani: arte, gráfica y militancia política. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación [Ensayos] 26*, **33–37.**

Maíz, C. (2013). Jorge Abelardo Ramos, el "inventor" de Ugarte. *Estudios de Filosofía Práctica e Historia de las Ideas 15*(**1), 75–88.**

Manzano, V. (2012). Juventud y modernización sociocultural en la Argentina de los sesenta. *Desarrollo Económico 50*(**199), 363–390.**

Manzoni, C. (2001). ¿Editoriales pequeñas o pequeñas editoriales? *Revista Iberoamericana LXVII*(**197), 781–793.**

Marangoni, G. c. (2015). *Pensar a Jauretche* **Gonnet: UNIPE Editorial Universitaria**

Marengo, M. E. (2015). *Lo aparente como real. un análisis del sujeto "comunista" en la creación y consolidación del servicio de inteligencia de la policía de la Provincia de Buenos Aires (1930-1962)* **(Universida ed.). La Plata.**

Martínez, A. T. (2013). Intelectuales de provincia : entre lo local y lo periférico. *Prismas. Revista de historia intelectual* **(17), 169–180.**

Mastrogregori, M. y A. Eujanian (2016). Presentación. *História da Historiografia* **(20), 10–13.**

Milanesio, N. (2014). *Cuando los trabajadores salieron de compras. Nuevos consumidores, publicidad y cambio cultural durante el primer peronismo*. **Buenos Aires: Siglo XXI Editores.**

Montaldo, G. (2016). *Museo del consumo: archivos de la cultura de masas en Argentina*. **Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.**

Moreland, G. E. (1996). *Literature in an Argentine mass-circulation newsmagazine: Primera Plana, 1962-1969*. **Ph. D. thesis, University of Florida.**

Moretti, F. (2006). El Fin del Comienzo. *New Left Review 41*, **67–80.**

Mudrovcic, M. E. (1999). El arma periodística y una literatura "necesaria". El caso Primera Plana. En *La irrupción de la crítica, vol. 10 de Historia crítica de la literatura argentina*, **pp. 295–311. Buenos Aires: Emecé.**

Muniz, J. J. (2014). "Ventajas editoriales" entre continuidad y ruptura: esbozos tipológicos para un estudio comparado entre editores brasileños y argentinos.

Neiburg, F. y M. Plotkin (2004). *Intelectuales y expertos. La constitución del conocimiento social en Argentina*. **Buenos Aires: Paidós.**

Noble, C. (2006). *Abelardo Ramos: creador de la Izquierda Nacional* **(Fundadores ed.). Buenos Aires: Capital Intelectual.**

Orlando, D. A. (2010). Arte , vanguardia , política: Ricardo Carpani y la edificación de la nueva estética Latinoamericana. *Revista Afuera. Estudios de crítica cultural* **(9), 1–18.**

Pacheco, E.[Seudónimo de J. A. R.] (1960). Prólogo. En A. Methol Ferré (Ed.), *La izquierda nacional en Argentina*. **Buenos Aires: Coyoacán.**

Peña Lillo, A. (1965). *Los encantadores de serpientes. Mundo y submundo del libro*. **Buenos Aires: A. Peña Lillo editor.**

Peña Lillo, A. (2004). *Memoria de papel. Los hombres y las ideas de una época*. **Buenos Aires: Continente.**

Podalsky, L. (2004). *Specular City. Transforming culture, consumption and space in Buenos Aires, 1955-1973*. **Philadelphia: Temple University Press.**

Pujol, S. (2003). Capítulo VII: Rebeldes y modernos. Una cultura de los jóvenes. En D. James (Ed.), *Nueva Historia Argentina. Violencia, proscripción y autoritarismo (1955-1976), Tomo IX*. **Buenos Aires: Sudamericana.**

Pulfer, D. (2015). Jorge Abelardo Ramos, Arturo Peña Lillo y la colección La Siringa.

Raimundo, M. (2001). Compañero y los orígenes del Peronismo Revolucionario. *Sociohistórica* **(8), 203–226.**

Ravettino Destefanis, A. (2014). La dimensión social del proceso de comercialización de libros: acerca de lo poco que se lee para lo mucho que se ofrece. En *IX Jornadas de Estudios Sociales de la Economía . La dimensión social de los procesos y objetos económicos*, **Buenos Aires. Centro de Estudios Sociales de la Economía del IDAES.**

Regali, E. (2012). *Abelardo Ramos. La izquierda nacional y la nación latinoamericana*. **Córdoba: Ferreyra Editor.**

ReHiMe | Red de Historia de los Medios (2012). SMHS 2012 - Claudia Gilman - Parte 01.

Ribadero, M. (2011). El instante Ingenieros. Jorge Abelardo Ramos entre el antiimperialismo y el socialismo en la fundación del PSRN.

Ribadero, M. (2013). Notas sobre el caso de la editorial Indoamérica (1949-1955). *Políticas de la Memoria 13*, **133–141.**

Ribadero, M. (2014). *Marxismo y nación: discursos, ideología y proyectos culturales en los grupos intelectuales de Jorge Abelardo Ramos (1945-1962)*. **Ph. D. thesis, Universidad de Buenos Aires.**

Ribadero, M. (2015a). El malestar de una cultura política. La "izquierda nacional" de Jorge Abelardo Ramos ante el frondicismo. *Cuadernos de Historia. Serie economía y sociedad 15*, **191–227.**

Ribadero, M. (2015b). La Revolución cubana y la "Izquierda Nacional" de Jorge Abelardo Ramos. Ideas y debates en la cultura de izquierdas argentina a principios de la década de 1960. *Nuevo Mundo Mundos Nuevos [En ligne], Questions du temps présent*.

Ribadero, M. (2016). El marxismo latinoamericano de papel . La política editorial de Jorge Abelardo Ramos a comienzos de los años sesentas. *Trabajos y Comunicaciones e002*(**43**).

Rilla, J. (2010). Revisionismos e Izquierdas en Uruguay y Argentina. *Revista Uruguaya de Ciencia Política 19*(**1**), **69–94.**

Rogers, G. (2008). *Caras y Caretas. Cultura, política y espectaculo en los inicios del siglo XX argentino*. **Number 1.**

Saítta, S. (2004). Modos de pensar lo social. Ensayo y sociedad en la Argentina (1930-1965). En F. Neiburg y M. Plotkin (Eds.), *Intelectuales y expertos. La constitución del conocimiento social en la Argentina*. **Buenos Aires: Paidós.**

Saítta, S. (2007). El Martín Fierro, de Carlos Alonso. En A. Giudice (Ed.), *Carlos Alonso ilustrador*, **pp. 45–48. Buenos Aires: Fundación Alón.**

Sapiro, G. (2003). The literary field between the state and the market. *Poetics 31*(**5-6**), **441–464.**

Sapiro, G. (2016). *La sociología de la literatura*. **Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.**

Sarlo, B. (1985). *El imperio de los sentimientos*. **Buenos Aires: Catálogos Editora.**

Sarlo, B. (2007). *La batalla de las ideas*. **Buenos Aires: Emecé.**

Seman, P. (2006). Historia, best-sellers y política. En *Bajo Continuo. Exploraciones descentradas sobre cultura popular y masiva*, **Capítulo 3. Buenos Aires: Gorla.**

Sigal, S. (1991). *Intelectuales y poder en la década del sesenta*. **Buenos Aires: Puntosur.**

Sigal, S. (2002). *Intelectuales y poder en Argentina. La década del sesenta*. **Buenos Aires: Siglo XXI Editores.**

Sigal, S. (2008). Del peronismo como promesa. *Desarrollo Económico 48*(**190/191**), **269–286.**

Sorá, G. (2004). Editores y editoriales de ciencias sociales: un capital específico. En F. Neiburg y M. Plotkin (Eds.), *Intelectuales y expertos. La constitución del conocimiento social en la Argentina*, **pp. 265–292. Buenos Aires: Paidós.**

Sorá, G. (2007). Centro Editor de América Latina. Capítulos para una historia. *Prismas. Revista de historia intelectual 11* **(1), 289–294.**

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

Spivacow, D. B. y G. Bombini (2011). Homenaje a Boris Spivacow. pp. 0–4.

Tarcus, H. (1999). El corpus marxista. 1955-1976. En N. Jitrik (Ed.), *La irrupción de la crítica, vol. 10 de Historia crítica de la literatura argentina*. **Buenos Aires: Emecé.**

Tarcus, H. d. (2007). *Diccionario Biográfico de la Izquierda Argentina. De los anarquistas a la "nueva izquierda" (1870-1976)*. **Buenos Aires: Emecé.**

Terán, O. (2013). *Nuestros años sesentas. La formación de la nueva izquierda intelectual argentina, 1956-1966*. **Buenos Aires: Siglo XXI Editores.**

Thompson, E. P. (1995). La economía moral revisada. En *Costumbres en común*. **Barcelona: Crítica.**

Tortorella, R. L. (2012). La paradoja del antiintelectualismo. Repensando la izquierda nacionalista argentina a partir de un análisis de caso. *Revista de Historia Iberoamericana 5* **(2), 103–122.**

Tortti, M. C. (2007). *El viejo partido socialista y los orígenes de la nueva izquierda*. **Tesis Doctoral, Universidad Nacional de La Plata.**

Valinoti, B. C. (2015). La edición de libros en Argentina a comienzo del Siglo XX. Primeras aproximaciones.

Valle, M. (2015). Todos editamos el Facundo : la edición del texto de Sarmiento en los primeros proyectos editoriales del siglo XX.

Vanoli, H. (2009). Pequeñas editoriales y transformaciones en la cultura literaria Argentina. *Apuntes de investigación del cecyp* **(15), 161–185.**

Varela, M. (2007). Medios de comunicación e industrias culturales: Historias nacionales y problemas globales. En *1° Colóquio Brasil-Argentina de Ciências da Comunicação*, **Santos. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.**

Vázquez, M. C. (2005). El proceso político entre el ' 55 y los setenta a través de las sucesivas ediciones de Imperialismo y Cultura, de Juan José Hernández Aregui. *Pilquen 7*, **1–11.**

Verón, E. (1999). *Esto no es un libro*. **Barcelona: Gedisa.**

Vezzetti, H. (1986). Viva cien años. Algunas consideraciones sobre familia y matrimonio en la Argentina. *Punto de Vista* **(26).**

Williams, R. (1998). The Analysis of Culture. En J. STOREY (Ed.), *Cultural theory and popular culture. A reader*. **Athens: University of Georgia Press.**

Williams, R. (2000). *Marxismo y Literatura*. **Barcelona: Península.**

Williams, R. (2012). *Cultura y materialismo*. **Buenos Aires: la marca editora.**

Willson, P. (2004). *La Constelación del Sur. Traductores y traducciones en la literatura argentina del siglo XX*. **Buenos Aires: Siglo XXI Editores.**

Zavala Ruiz, R. (2012). *El libro y sus orillas. Tipografía, originales, redacción, corrección de estilo y de pruebas*. **México: Fondo de Cultura Económica.**