

ARTÍCULOS

AMÉRICA: ¿ARCADIA PARA EDITORES ESPAÑOLES?

Philippe Castellano
Universidad de Rennes
castellano.philippe@wanadoo.fr

Resumen: La correspondencia de dos libreros, argentino y uruguayo, y los textos de dos editores, de Madrid y de Barcelona, permiten comprender cuáles eran las dificultades de unos y otros para abrirse paso en el mercado del libro de las repúblicas hispanoamericanas a finales del siglo XIX y principios del siglo XX.

Palabras clave: Editor, librero, libro, difusión, distribución, edición, librería.

Title: AMERICA: ARCADIA FOR SPANISH PUBLISHERS?

Abstract: The correspondences of two booksellers, from Argentina and Uruguay, and the texts of two publishers, from Madrid and Barcelona, permit to understand what are the difficulties for each other to enter in the book trade of Spanish-American republics at the end of the nineteenth century and at the turn of the twentieth century.

Keywords: Publisher, bookseller, book, distribution, distribution network, publishing, bookshop.

1. Introducción

Los historiadores que se han interesado por la proyección editorial en los mercados hispanoamericanos han analizado esencialmente la situación de la segunda mitad del siglo XIX¹ y la de los años 20 y 30 del siglo XX². Entre lo que

¹ FERNÁNDEZ, Pura. El monopolio del mercado internacional de impresos en castellano en el siglo XIX: Francia, España y "la ruta" de Hispanoamérica. *Bulletin Hispanique*. Janvier-Juin 1998, vol. 100, n. 1, p. 165-190.

BOTREL, Jean-François. Gaspar y Roig et le rêve américain des éditeurs espagnols (1845-1861). En: ADRÉANI, Roland; MICHEL, Henri y PÉLAQUIER, Elie. *Des moulins à papier aux bibliothèques. Le livre dans la France méridionale et l'Europe méditerranéenne (XVI^e-XX^e siècles)*. Actes du colloque tenu les 26 et 27 mars 1999 à l'université de Montpellier III. Tome 1. Montpellier: Université Montpellier III, 2003, p. 269-285.

² MARTÍNEZ RUS, Ana. La proyección editorial en los mercados americanos (1901-1936). *Pliegos de bibliofilia*. 2000, n. 12, p. 31-53.

MARTÍNEZ RUS, Ana. El comercio de libros: Los mercados americanos. En: MARTÍNEZ MARTÍN, Jesús Antonio (coord.). *Historia de la edición en España (1836-1936)*. Madrid: Marcial Pons, 2001, p. 269-305.

Recibido: 24-05-2010

Aceptado: 30-06-2010

Cómo citar este artículo: CASTELLANO, Philippe. América: ¿arcadia para editores españoles? *Naveg@mérica. Revista electrónica de la Asociación Española de Americanistas* [en línea]. 2010, n. 5. Disponible en <<http://revistas.um.es/navegamerica>>. [Consulta: Fecha de consulta]. ISSN 1989-211X.

pudo salvarse de la destrucción del archivo de la editorial Salvat, existen unas cartas de dos corresponsales americanos que permiten estudiar esta misma temática durante el cambio de siglo, entre 1898 y 1903. Me ha parecido interesante contrastar sus opiniones con dos textos de editores españoles redactados en 1907 y 1909, para entender mejor tanto los puntos comunes como las incomprendiones que podían existir a ambos lados del Atlántico y que definían el mercado del libro en las repúblicas hispanoamericanas en ese cambio de siglo.

2. Ramón Espasa, corresponsal en Buenos-Aires

En 1869, en el ramo editorial de Barcelona, el tipógrafo Manuel Salvat Xivixell y los hermanos Pablo y José Espasa Anguera se asocian para crear un nuevo sello editorial, Establecimiento Tipográfico de Espasa Hnos y Salvat; luego se juntará con ellos el litógrafo Magín Pujadas para crear en 1881 la editorial Espasa y Cía. En 1898 se separan estos socios, se reparten la maquinaria y la propiedad de los títulos del catálogo y cada uno funda su propio establecimiento: José Espasa e hijos y Salvat e hijo³. Rápidamente, Manuel Salvat informa a los corresponsales de España y América de la constitución de la nueva sociedad mercantil cuya dirección comparte con su hijo mayor, Pablo Salvat Espasa.

Entre estos corresponsales figura Ramón Espasa Anguera, que sus hermanos Pablo y José habían instalado en Buenos-Aires en 1869 para dirigir la librería El Siglo Ilustrado⁴. Esta forma de emigración planificada era una fórmula de desarrollo bastante común para empresas editoriales en las que los vínculos familiares permitían suplir una capitalización reducida y para tratar de controlar el mercado del libro a ambos lados del Atlántico.

En la primera carta disponible, del 8.II.1898, R. Espasa le contesta optimista a su cuñado M. Salvat: “Tampoco dudo que los corresponsales saldremos beneficiosos dado el carácter emprendedor que te acompaña y amas estar al lado de gente joven y mayormente tratándose de tu hijo mayor que no dudo que será un gran descanso para ti.” Mezcladas con las frases destinadas a tranquilizar a su cuñado: “Como que los tiempos me han mejorado bastante no dudo que dentro de pocos meses podré darte mejor cantidad, no pases ningún cuidado que cada mes haré un esfuerzo en saldar la parte que te corresponde”, también se descubre la gestión caótica del establecimiento de R. Espasa. Ha de saldar una cuenta atrasada con la editorial Montaner y Simón, a quienes debe mandar cada mes un giro de 2.000 ptas y, además, se da cuenta de que le han quedado sin vender más de 1.000 Almanagues.

El 15.IV.1898, cuando la editorial Salvat le propone su nueva publicación, *Napoleón y su Tiempo*⁵, pide la exclusividad de la venta porque “hay una guerra

MARTÍNEZ RUS, Ana. Barcelona y Madrid ante el reto americano: las expectativas de la industria del libro. En: *IX Congreso de la Asociación de Historia Económica* [en línea]. Murcia: 9 de septiembre de 2008. Disponible en <<http://www.um.es/ixcongresoaehe/pdf2/Barcelona%20y%20madrid.pdf>>.

³ CASTELLANO, Philippe. Autobiografía de Manuel Salvat Xivixell, impresor y editor. Apuntes históricos sobre la editorial Salvat y su fundador. *Butlletí de la Reial Acadèmia Catalana de Belles Arts de Sant Jordi*. 1998, n. XII, p. 61-83.

⁴ El membrete de la carta del 25.III.1898 indica: Gran Centro de Publicaciones. Librería, Papelería y Efectos de escritorio. Ventas por mayor y menor. Imprenta. Taller de encuadernación. Casa editora de Ramón Espasa. Especialidad en obras literarias. 158 a 174 Calle Cerrito. Buenos-Aires.

⁵ El catálogo precisa: *Napoleón y su tiempo* por M. Roger PEYRE. Traducción al castellano por

informal dando las obras a más bajo precio que las de España quitándose los suscriptores entre centros y repartidores.” Aparece un mercado del libro incontrolado en el que centros de publicaciones y repartidores individuales rebajan los precios de venta para conseguir las suscripciones del público de lectores. Frente a esta competencia R. Espasa ha decidido especializarse en la distribución de dos revistas, *La Ilustración Artística* y *El Eco de la Moda*; afirma tener 2.600 suscriptores para la primera y 5.000 para la segunda, lo que le permitirá mandar fondos... el mes entrante. Si son ciertas estas cifras de suscriptores, significa que R. Espasa recurre a una red de repartidores que se habrán repartido el territorio de la capital para distribuir las revistas, las novelas por entregas, las grandes colecciones por fascículos, los diccionarios y enciclopedias por cuadernos. La escasa capacidad financiera de R. Espasa le obliga a contestar con dilaciones a los editores españoles que le mandan constantemente extractos de cuenta; siempre está esperando el resultado de una operación de venta para saldar las cuentas de la anterior. En su conclusión vuelve a presentar su petición de exclusividad: “Esta plaza es muy buena para el negocio pero en la forma como digo que uno solo y sin que nadie le moleste en el trabajo y mientras los editores no se convengan de lo que yo siempre les he indicado el negocio siempre será un caos y la ruina de los buenos corresponsales”.

Parece ser que R. Espasa no consigue apurar las cuentas de sus acreedores puesto que en la siguiente carta disponible, del 10.VI.1902, pide “un poco de paciencia que es cuestión de poco tiempo” y recuerda que depende de sus repartidores. Son ellos quienes recaudan el mínimo importe semanal que debe entregar cada suscriptor; la estafa o la desaparición pura y simple de repartidores acabará de desequilibrar el negocio de R. Espasa y uno de ellos, “un tal Perfecto García”, se ha marchado a Bolivia y le debe 1.500 ptas. Esta información permite vislumbrar otra dificultad con la que se enfrentan los centros de publicaciones: la obligación de recurrir a estos intermediarios –por el sistema de venta a domicilio– cuyas cuentas hay que revisar continuamente.

En la carta siguiente, del 24.VI.1902, R. Espasa anuncia un giro de 1.000 ptas mandado a Salvat y Cía por telegrama. El motivo de semejante prisa es que la editorial ha suspendido el envío de la remesa en la que se encuentra el N°7 de la revista *Hojas Selectas*⁶, “lo que siento por el motivo que se estaba acreditando y esperaba con el tiempo hacer buenos pedidos”.

Después de normalizada la situación, el 1.VII.1902 R. Espasa desempeña su papel de corresponsal informando a Pablo Salvat sobre las opiniones de los lectores porteños que ha recogido desde que ha empezado la distribución de la revista: “Como habrán observado hasta el N°4 ha tenido muy buena aceptación, pero desde el 5 hasta el presente los suscriptores van desconfiando por el motivo que hay varios puntos que los encuentran pesados y de poco interés.” Así detalla sucesivamente: “El artículo *La fabricación de sombreros de paja* se lleva buena parte del número”⁷,

Federico Schwartz. 28,50 ptas en rústica. 38,50 ptas encuadernada pagadas a plazos.

⁶ Tras la muerte de Manuel Salvat en 1901, tenía 59 años, su hijo mayor Pablo Salvat Espasa dirige la editorial y empieza a publicar en enero de 1902 *Hojas Selectas. Revista para todos. Texto de reputados escritores nacionales, hispano-americanos y extranjeros. Espléndidas ilustraciones en negro y en colores.*

⁷ En este N°7, de un total de 93 páginas, el artículo firmado Roberto de Palacio sólo ocupa 9 y consta de 11 fotos y 4 dibujos.

“La *Nota Cómica* de Apeles Mestres es sumamente pesada, esto será bueno para algunos catalanes”⁸. Luego propone sus consejos: “He de advertiros que en estas Américas la cuestión de santos lo pasan por alto así es que cuantos menos pongan mejor” y termina afirmando: “Hay que comprender que el público de hoy quiere variación recreativa y aún más las últimas novedades de inventos, sucesos, etc. ¿Cómo no han puesto algunos grabados de los últimos terremotos de la Martinica?”⁹ En las sucesivas cartas de R. Espasa bien se nota que su actividad de corresponsal no es un trabajo de librería sino que está volcado esencialmente hacia la distribución de las obras por entregas para un público que no franquea el umbral de las (escasas) librerías y que espera a que el repartidor sirva de mediador sugiriéndole los títulos que mejor se adapten a sus preferencias de lectura.

Este mismo mes, en una carta del 18.VII.1902, aparece otra faceta del papel de corresponsal cuando R. Espasa pide 50 cuadernos de la obra *Los héroes del Transvaal*¹⁰, del n°28 al n°39. La recaudación cada mes o cada quince días en casa de los suscriptores permite en primer lugar fraccionar el precio de venta y facilitar la compra de libros para un público con recursos económicos limitados, también permite conocer muy precisamente los gustos y las reacciones de los lectores con vistas a orientar las publicaciones futuras y asegurar así la mayor difusión posible.

La frase siguiente recuerda igualmente una práctica frecuente entre los corresponsales americanos: “en caso de no mandarlos los haré reimprimir en ésta”. Si aquí se trata de no interrumpir la cadena de una venta de fascículos entre dos continentes, la facilidad aparente con la que se puede resolver el problema para abastecer a la clientela cuando tiene éxito una publicación, muestra que no estamos lejos de una forma de piratería editorial que privará a los editores españoles de muchos clientes potenciales cuando tarden demasiado o no puedan responder a una demanda de los lectores americanos.

Después de esa fase eufórica, las dificultades que encuentra R. Espasa le obligan a la cesación de pagos el 17.XII.1902. Propone a la editorial Salvat abonarle el mismo porcentaje que a los acreedores argentinos: 30% de su deuda de 30.205,50 ptas en tres años, es decir un 10% anual, para poder continuar sus actividades comerciales¹¹. Como el activo de R. Espasa está representado esencialmente por libros incompletos que vende por cuadernos a medida que van llegando de Barcelona, se entiende inmediatamente que, a la fuerza, los editores se vuelven solidarios de su corresponsal y comparten su suerte; de lo contrario, corren el peligro de perderlo todo, es decir toda la red de suscriptores que alimentan cada mes su tesorería.

No hay más cartas que éstas y no sabemos cuál fue la decisión de la editorial Salvat y Cía.

⁸ Son tres tiras de 16 dibujos cada una, firmadas por Apeles Mestres, representan la leyenda catalana de *La Brivia* y fueron publicadas en los N°5,6 y 7.

⁹ Alude a la erupción del Monte Pelado que destruyó la ciudad de San Pedro el 7.V.1902.

¹⁰ El título exacto es *La guerra en el África del Sur (1899-1902) y sus antecedentes históricos* de A. de Müller y J. Ibáñez Marín.

¹¹ Los cuatro acreedores más importantes son editores de Barcelona: Montaner y Simón (85.500 ptas), José Espasa (37.652,05 ptas), Salvat y Cía (30.205,50 ptas), Miguel Seguí (23.860 ptas). Lo que debe en total a los 25 acreedores de Barcelona y a los 3 de Madrid asciende a 219.882,71 ptas.

3. Andrés Rius, librero-corresponsal en Montevideo

El segundo corresponsal de quien existen algunas cartas es Andrés Rius¹² y el 31.I.1898 le escribe a M. Salvat declarándose “dispuesto a contribuir en todo cuanto sea posible por la propaganda de sus publicaciones.” Este establecimiento es entonces la librería de mayor actividad en la capital uruguaya y su gerente, Inocencio Cruces, insiste sobre la necesidad de informar a la clientela: “Espero que imprimiré un catálogo de las obras cuya propiedad le ha sido adjudicada y me remita los que estime convenientes para propaganda.” En este tipo de librería ya no se trata de esperar a que los clientes pidan una obra sino que impera la ley de la oferta; hay que suscitar la curiosidad de los lectores presentándoles las últimas novedades que pueden proponer las editoriales españolas.

En la carta siguiente, del 19.IV.1898, A. Rius le ofrece consejos a Manuel Salvat: “Debe Vd saber que además de hallarse infestadas las plazas de América con libros de lectura (muy elegantes y baratos) de Garnier y Bouret de París, tenemos los de Calleja y Bastinos. Se hace pues necesario que sus *Aventuras de un grillo*¹³ y demás que publiquen resulten en primer lugar algo que llame la atención y que ofrezca tanta novedad como lo fue en su género la Biblioteca Elzevir del Sr Gili.” Lo primero que llama la atención es la referencia a la dominación de las editoriales francesas que han suplantado a las casas españolas a lo largo del siglo XIX gracias a una serie de factores favorables: el alejamiento de las repúblicas americanas en relación con la antigua metrópoli después del proceso de las independencias, la presencia en París de un nutrido grupo de exiliados españoles preparados para trabajos de traducción al castellano, un papel de imprenta mucho más barato que en España y una capacidad técnica para imprimir tiradas importantes que permiten abaratar los costes de producción, un conocimiento fino del mercado del libro y de la lectura gracias a la presencia de viajantes que orientan la producción en función de las expectativas formuladas por los lectores. La publicación anunciada de *Aventuras de un grillo* se sitúa entonces en un mercado de feroz competencia con las editoriales francesas y también con dos casas muy dinámicas de Madrid y de Barcelona que han sabido proponer nuevos títulos y una presentación amena para una lectura de diversión a precios mucho más asequibles que los demás editores españoles.

Para persuadir a M. Salvat, el librero de Montevideo añade: “Ya sabe Vd que soy muy partidario del sistema de ediciones que yo llamo mixto, hallándome cada día más persuadido de que levantará un gran fortunón el editor que dé bien en esta tecla”. El sistema mixto al cual se refiere A. Rius implica que se cumplan dos requisitos previos: el primero consiste en proponer a los corresponsales americanos que la venta de las obras se haga por tomos y por cuadernos a la vez, el segundo es “que las obras no se trabajarán en España hasta dos meses lo menos después de haber servido a los corresponsales de América el tomo primero completo”. La primera condición no ofrece mayores dificultades y es el sistema de venta que la casa Salvat propondrá en sus futuros catálogos¹⁴, en cambio la segunda condición

¹² Los membretes de las cartas indican: Librería de Andrés Rius, Calle Soriano, N°155 y 157, Montevideo.

¹³ *Aventuras de un grillo*, del autor francés Ernest Candèze, fue publicado primero en la revista *El Mundo Ilustrado* de los hermanos Espasa, luego pasa a ser propiedad de Manuel Salvat; su hijo Pablo lo publicará en *Hojas Selectas* en 7 episodios en 1905 y bajo forma de libro en 1906.

¹⁴ En el catálogo de 1901, la casa Salvat propone una serie de obras por cuadernos: *México a través*

significa, para que los corresponsales estén a salvo de toda competencia, que la distribución de una obra se haga primero en América y que sólo sea posible en España cuando la impresión bajo forma de volúmenes ya esté empezada. Eso ya era demasiado pedir para los editores españoles pero la precisión de tener que esperar dos meses (es decir la tardanza media entre un pedido de librero americano y la llegada de la remesa de libros provenientes de Barcelona) nos remite a otro tipo de piratería, esta vez la de los corresponsales “fantasmas” que actúan a expensas de los libreros establecidos. En efecto, dada la falta de informaciones fidedignas disponibles en España sobre el ramo de librería en América, cualquiera puede hacer fuertes pedidos de ejemplares y material de propaganda de una obra de éxito asegurado... para luego desaparecer con el importe de la venta.

Consciente de lo que le pide a M. Salvat, el librero concluye afirmando: “América es una mina inagotable para hacer rápida fortuna todo editor que sepa donde tiene la mano derecha para realizar los grandes negocios y operaciones a que se presta el ramo editorial [...] colocando a los buenos corresponsales en la firme situación de poder trabajar bien las publicaciones” y cita, como prueba de lo que defiende, el éxito de R. Espasa con los miles de suscripciones conseguidas para *La Ilustración Artística* y *El Eco de la Moda*.

La confianza entre A. Rius y la familia Salvat aparece nuevamente en carta del 30.IX.1902 en la que el librero de Montevideo manda a su hijo Julio a Barcelona para que obtenga el título de bachiller en tres años y concluye diciendo: “Que estudie siempre y cuando no que se ocupe y mándele Vd que trabaje en la sección de su casa por la que tenga Julio más afición. Así como la ociosidad es mala de por sí, el trabajo es la fuente de todas las virtudes”.

Luego la correspondencia salta a finales del año 1902 y el gerente de la librería se enfrenta el 31.X.1902 con las mismas dificultades que R. Espasa: la multiplicación de centros de publicaciones y las iniciativas individuales de simples repartidores han exacerbado la competencia y, para atraer a los suscriptores, han rebajado las tarifas de tal modo que conducen a muchos corresponsales a la quiebra.

Con la cesación de pagos de R. Espasa, tres cajas de libros están en la consignación del Banco de Londres en Buenos-Aires con las remesas habituales previstas para septiembre, octubre y noviembre de 1902 y P. Salvat no podrá mandar la nueva obra histórica, *Historia de la Unidad italiana*¹⁵ que está preparando. Frente a la posibilidad de que otro librero de Buenos-Aires, Bodoy, sustituya a R. Espasa como corresponsal de la casa Salvat, A. Rius decide ayudar a un dependiente suyo, Juan Antich, para que monte un establecimiento de librería en la capital argentina¹⁶ y explote el fondo de la editorial Salvat, para lo cual pide, además del contenido de las tres cajas, 300 ejemplares de *Hojas Selectas* y 1.200 de *Historia de la Unidad italiana*. Concluye A. Rius afirmando: “Tengo mucha confianza en que

de los siglos, Los dioses de Grecia y Roma, Egipto, El Congo, El continente misterioso, En el océano, Marruecos, Napoleón y su tiempo.

¹⁵ El catálogo Salvat indica: *Historia de la Unidad italiana* de Francisco Bertolini, 2 tomos en folio con un total de 1.104 páginas, 25 láminas en color, 62 en negro y 48 grabados.

¹⁶ En su viaje comercial por América Latina, Fernando y Santiago, hermanos menores de Pablo Salvat, visitarán la librería de J. Antich, «Joya Literaria», instalada Calle Corrientes. Ver *Dos editores de Barcelona por América Latina. Fernando y Santiago Salvat Espasa. Epistolario bilingüe 1912-1914*. Madrid: Iberoamericana Editorial Vervuert, 2010.

mi dependiente sabrá abrirse paso y alcanzar buenos resultados después de vencidos los primeros obstáculos sobre todo para hacerse de un personal tan decente como activo”.

Con esta decisión de A. Rius aparecen dos elementos característicos del circuito del libro en el continente americano a principios del siglo XX: a) en cada gran capital existe una librería que domina el mercado y funciona como centro de distribución para los otros libreros que allí se abastecen de los títulos que buscan sus propios clientes, b) a partir de cierto volumen de negocio un librero busca controlar la venta de los títulos de mayor aceptación. Es así como se entiende esta práctica bastante frecuente que consiste en facilitar la instalación de un antiguo empleado que sigue siendo “dependiente” en el plano financiero, por la aportación de fondos de su socio comanditario, y también “dependiente” en el plano comercial, porque sus pedidos a las editoriales deben armonizarse con los de su socio mayoritario y, evidentemente, porque no puede competir con él rebajando los precios. A. Rius no se contenta con ser el librero más importante de Uruguay, quiere participar del desarrollo vertiginoso de Buenos-Aires y la inversión para instalar a su dependiente J. Antich puede considerarse como el inicio de una red que podrán continuar sus hijos.

4. Antonio López del Arco, editor madrileño

A raíz de un conflicto con los dirigentes de la Asociación de la Librería Española, A. López del Arco lanza una publicación mensual, *El Progreso Editorial*¹⁷, para defender sus opiniones. En la segunda página del N°3 aparece un artículo sin firma cuya conclusión nos indica claramente que fue escrito por el editor; lleva este título: “El mercado americano. Un auxiliar poderoso”. En las primeras líneas, A. López del Arco indica: “Una sociedad poderosa, el Crédito Iberoamericano,¹⁸ ha decidido tomar la iniciativa en la exportación de libros españoles a América.” Luego pasa a presentar esta operación ambiciosa que abarca todos los tramos del circuito del libro de España a América: a) un cuerpo de viajantes visitará continuamente a los libreros para informarlos acerca de las publicaciones, b) el banco comunicará informes a los editores sobre la solvencia de los libreros y les anticipará en parte el pago de los pedidos para que puedan ampliar su negocio, c) gracias a las relaciones comerciales que mantiene el banco con las compañías de navegación, podrá reducir el precio de transporte de las remesas a una tercera parte de lo que cuestan ganando además en rapidez y exactitud.

Si fuera necesario, el último punto acaba de convencer al lector de que está frente a un sueño, el de todos los editores españoles que, gracias a una varita mágica (en este caso el Crédito Iberoamericano), podrán salvar los distintos obstáculos que dificultan el negocio de exportación: la distancia que aumenta la duración y el coste del transporte de libros, la falta de informaciones sobre el mundo de los libreros americanos que les obliga a actuar a ciegas sin ninguna seguridad de recibir el pago de los libros mandados, la escasa capitalización de la mayoría de las

¹⁷ Sólo he podido manejar el N°1 fechado el 21.II.1907 y el N°3 que corresponde a mayo-junio de 1907. La dirección del periódico es idéntica a la de la editorial: C/ Don Ramón de la Cruz, 18, Madrid. En el catálogo de 104 títulos, A. López del Arco aparece como autor de *Sor María de las Nieves. Bocetos literarios*.

¹⁸ El Crédito Iberoamericano, Compañía mercantil importadora y exportadora, de transportes y banca, 1880-1930, fue una creación de la Unión Iberoamericana.

editoriales que dependen del resultado de las ventas por entregas para poder seguir publicando títulos, el desconocimiento mutuo del mundo de los lectores americanos por parte de los editores españoles y de las publicaciones españolas por parte de los libreros americanos.

El sueño aquí presentado es también significativo de la evolución del papel desempeñado por el editor en la elaboración del libro. De los distintos oficios y responsabilidades que iba acumulando hasta finales del siglo XIX, sólo ha abandonado paulatinamente el de librero y todavía le quedan: seleccionar y comprar manuscritos y traducciones, vigilar la impresión (ya que la mayoría de las editoriales poseen su propia imprenta), cuidar de la difusión y distribución de las obras que componen su catálogo. Si recordamos los tres puntos que A. López del Arco atribuye al Crédito Iberoamericano, comprobamos que el punto a) corresponde a la difusión de los títulos mientras que los puntos b) y c) corresponden a la distribución, es decir a una actividad que, en lo futuro, será a su vez disgregada para constituir el núcleo de empresas con una capitalización mucho más fuerte que la de las editoriales. Cuando A. López del Arco solicita la ayuda de una entidad bancaria para desarrollar su actividad en tan amplio mercado como lo es el continente americano, subraya el punto débil de la actividad de editor y esto suena como una anticipación de lo que será su papel en adelante, centrado sobre la búsqueda de textos originales y la difusión del objeto libro.

5. José Gallach y Torras, editor de Barcelona

Entre las múltiples actividades de J. Gallach, fundador de la editorial que lleva su nombre¹⁹ y secretario del Centro de la Propiedad Intelectual, se encuentra su actividad de conferenciante y en particular la ponencia presentada ante la Asamblea Nacional de Editores y Libreros que tuvo lugar en Barcelona los 7, 8 y 9.VI.1909; el título completo de su intervención dice así: “Medios prácticos para fomentar y activar el comercio de libros en España y entre la Península y las naciones americanas de origen español”.

Frente a los congresistas, J. Gallach analiza primero la situación del mercado del libro en el continente americano y comprueba, una vez más, el dinamismo y la energía de los otros editores europeos para colocar sus colecciones. A partir de allí propone una serie de medios destinados a modificar la actitud defensiva de los editores españoles. En su opinión lo esencial es conocer el mercado; esto significa determinar las necesidades, los gustos y las exigencias de los lectores, familiarizarse con los sistemas de venta, informarse acerca de la solvencia y crédito de los libreros y corresponsales, adaptarse a las evoluciones de los valores de cambio de las monedas, ponerse en relación con los bancos de cada nación. Según J. Gallach, semejante programa sólo puede realizarse si los editores abandonan su tradicional individualismo y aceptan transmitir informaciones a sus colegas y si la representación diplomática española desempeña su papel luchando por conseguir tarifas de correo ventajosas, redactando estudios sobre el comercio de cada país y, sobre todo, velando por la propiedad intelectual de autores y editores.

¹⁹ Para crear en 1918 la editorial CALPE, los dirigentes de La Papelera Española comprarán el fondo Gallach y su fundador será en adelante uno de los responsables de la gran editorial. Ver SÁNCHEZ VIGIL, Juan Miguel. *CALPE. Paradigma editorial (1918-1925)*. Gijón: TREA, 2005.

En esta ponencia de J. Gallach lo primero que aparece es la permanencia, de 1898 a 1909, de idénticas dificultades para los editores españoles deseosos de ampliar un mercado nacional demasiado reducido y que piensan encontrar en América una segunda patria. En España, los gobiernos que se suceden, frágiles y de corta duración para la mayor parte de ellos, se desinteresan de la política cultural y dejan la iniciativa a los editores; con su discurso, J. Gallach, más que como simple editor, presenta en realidad un programa con visión de estadista. En sus palabras ha desaparecido la concepción algo paternalista del hispanoamericanismo que domina en muchas entidades de la península; aquí se trata de incentivar iniciativas individuales, colectivas y gubernamentales para facilitar la proyección de los editores españoles más dinámicos en América. Si la necesaria mejora en la presentación de los libros corresponde a los editores y el conocimiento de las características del mercado americano puede ser llevada a cabo por el gremio editorial, todas las otras medidas que propone corresponden a responsabilidades gubernamentales. La pérdida de influencia de España tras el final del imperio en 1898 y la orientación de los reducidos recursos presupuestarios hacia una nueva aventura colonial en Marruecos privan los sucesivos gobiernos de los medios necesarios para intervenir en los planos diplomáticos, económicos y reglamentarios. Los consejos de J. Gallach, como buena parte de las resoluciones votadas en los congresos de editores y libreros de principios del siglo XX, quedan como muestra de un análisis y de un programa de profesional que, en su caso, sólo podrá aplicar cuando los capitales de La Papelera Española le permitirán a la editorial CALPE montar en el continente americano una red de difusión y distribución sin equivalente en el paisaje editorial español.

6. Conclusión

Tanto en las cartas de los corresponsales americanos como en los textos de los editores españoles se repite el mismo desasosiego frente a la dominación del mercado del libro en América por parte de las editoriales extranjeras, en particular francesas. Si se considera la manera de actuar de estas últimas, vemos claramente que analizan con mirada objetiva un mercado donde imperan los problemas de distancia, de bajo poder adquisitivo, de inestabilidad política y financiera. Frente a este diagnóstico cuidan de líneas marítimas regulares, aumentan las tiradas para abaratar los costes, solicitan la representación diplomática para favorecer sus intereses.

En España, la situación es muy distinta; tanto el ambiguo discurso del hispanoamericanismo sobre la unidad de la “raza” -esencialmente dirigido a intelectuales y comerciantes- como la creciente proporción de emigrantes –que se encuentran sobre todo en las clases populares enfrentadas a la pobreza y al paro- consideran las repúblicas hispanoamericanas como una prolongación de la península. En estas condiciones, los editores no cambian sus prácticas individualistas ni se dotan de los medios indispensables para afrontar el cambio de escala que significa proyectarse hacia el mercado americano. Sólo serán los editores más conscientes y mejor informados como Calleja, G. Gili, Salvat quienes mandarán –antes de la Primera Guerra Mundial- a los primeros viajeros para determinar las características de ese mercado del libro y habrá que esperar hasta 1935 para que tres editores de Barcelona: Salvat, G. Gili y Sopena, acepten reunirse en una estructura común para facilitar la difusión y distribución de sus catálogos, un

Depósito General de Representación instalado en Buenos-Aires.

Ni qué decir tiene que esta tardanza de los editores españoles en tomar iniciativas indispensables es también una consecuencia de la dificultad del país en entrar en la modernidad; gran parte de sus catálogos está constituida entonces por traducciones del francés o del alemán, clara señal de la dificultad de instalar un pensamiento científico en España. Si son sobre todo editores de Barcelona quienes incitan sus colegas a cambiar sus prácticas es que las constantes comunicaciones de la capital catalana con el resto de Europa les han permitido descubrir otros modos de funcionamiento, más eficaces y provechosos.

De una imagen de tierra prometida, América pasa a ser una especie de tierra de nadie donde la multitud y variabilidad de los parámetros que definen los circuitos del libro impiden que los editores españoles de dimensiones modestas puedan adaptarse continuamente a situaciones tan complejas. El libro es un producto frágil cuyos circuitos de venta reaccionan inmediatamente ante cualquier alteración; los cambios bruscos e imprevisibles en la economía o en la política transforman los sueños ingenuos de muchos editores en verdaderas pesadillas ante una realidad que puede parecerles a veces inasible. Habrá que esperar los años 30, posteriores a la crisis económica mundial, para que los editores españoles se doten de los instrumentos aptos para ponerlos a salvo de esas múltiples contingencias. La Guerra Civil española y la instalación de la dictadura franquista echarán por tierra ese andamiaje y, por su parte, los exiliados republicanos sabrán potenciar el incipiente movimiento editorial hispanoamericano para crear un nuevo panorama en la segunda mitad del siglo XX.