

Instituciones y estrategias empresariales. El sector editorial en castellano en la edad dorada (1950-1973)

María Fernández Moya
(Colegio Universitario de Estudios Financieros/España)¹

Resumen

Esta investigación reconstruye la evolución de los sectores editoriales argentino, mexicano y español durante las décadas centrales del siglo XX, periodo clave para entender la industria editorial actual y momento de máximo desarrollo de la industria del libro en los tres países. El trabajo analiza la relación entre esos sectores, su conexión con el sector editorial internacional y las estrategias de expansión desplegadas por las principales casas editoriales. Los resultados revelan que las editoriales apostaron por un proceso de internacionalización progresivo, siguiendo el modelo de la Escuela de Uppsala, y que el papel de los gobiernos fue clave en las decisiones empresariales.

Palabras clave

Sector editorial; Internacionalización; Instituciones; Argentina; México; España.

Institutions and business strategies. The spanish-speaking publishing sector in the golden age (1950-1973)

This research reconstructs the evolution of Argentine, Mexican and Spanish publishing sectors during the central decades of 20th century, a period crucial to understanding today's publishing industry and the time of maximum development of the book industry in the three countries. The paper analyzes the relationship between these sectors, its connection to the international publishing sector and the expansion strategies set up by the major publishing houses. The results reveal that the publishers opted

¹ Este trabajo de investigación ha contado con el apoyo financiero del proyecto del Ministerio de Educación y Ciencia ECO2012-35266ECON.

for a progressive process of internationalization, following the model of Uppsala School, and that the role of Governments was instrumental in business decisions.

Keywords

Publishing; Internationalization; Institutions; Argentina; Mexico; Spain.

Introducción

En este artículo se presentan los primeros resultados de una investigación en curso que trata de analizar las claves explicativas de la evolución del sector editorial en español a ambos lados del Atlántico durante el siglo XX. En concreto, este trabajo se ocupa de reconstruir el desarrollo de los sectores editoriales argentino, mexicano y español durante las décadas centrales del siglo XX, periodo clave para entender la industria editorial actual y momento de máximo crecimiento de la industria del libro en los tres países. En ese contexto, la investigación se centra en el estudio de la relación entre esos sectores, si primó entre ellos la competitividad o la colaboración en sus actuaciones, cuál fue su conexión con el sector editorial internacional, quienes fueron los principales actores que marcaron su evolución y qué factores influyeron las estrategias empresariales implantadas por las principales editoriales. Abordamos así un semivació historiográfico, puesto que el sector de la edición en castellano ha sido analizado ampliamente desde la historia de la cultura y la literatura², pero son escasos los trabajos escritos desde una óptica económica o empresarial³. Esta

² Véanse por ejemplo, de Diego, José Luis (dir.), *Editoriales y políticas editoriales en Argentina*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2006. Martínez, Jesús A. (dir.), *Historia de la edición en España (1836-1936)*, Marcial Pons, Madrid, 2001. Martínez, Jesús A. (dir.), *Historia de la edición en España (1939-1975)*, Marcial Pons, Madrid, 2015. Larraz Elorriaga, Fernando, “El mestizaje editorial: Las editoriales de los exiliados republicanos en América”, en de la Fuente Ballesteros, Ricardo y Pérez-Magallón, Jesús (eds.), *La cultura hispánica en sus cruces transatlánticos*, Universitas Castellae (Colección Cultura Iberoamericana), Valladolid, 2006, pp. 149-170.

³ Algunos ejemplos son Román, Viviana, “Políticas editoriales y mercado: las microempresas y pymes editoriales en la Argentina de fines del siglo XX y

investigación ofrece además una perspectiva comparada, analiza los casos de Argentina, México y España, un enfoque que no ha estado presente en la historiografía previa.

El trabajo se sustenta sobre dos teorías clásicas en materia de internacionalización: la Escuela de Uppsala y las teorías que destacan la importancia de las instituciones en la actividad empresarial. La Escuela de Uppsala anticipa que los empresarios, para minimizar el riesgo de la estrategia de internacionalización, elegirán mercados exteriores con baja distancia cultural y los abordarán siguiendo una estrategia de implicación creciente⁴. El primer escalón sería el impulso de una política de exportación que permita tantear los mercados exteriores. En segundo lugar, la empresa daría el paso a la instalación de filiales comerciales, lo que le permitiría tener contacto directo con la demanda. Finalmente, la empresa podrá optar por una estrategia más firme de internacionalización, que conlleva un mayor riesgo y compromiso: la instalación de filiales productivas. En cada una de las fases la empresa va adquiriendo un conocimiento que le resulta extraordinariamente útil para afrontar la siguiente etapa con éxito.

La recuperación de las instituciones para el análisis académico de la realidad económica y social ha sido muy fructífera en distintas vertientes, especialmente con los trabajos magistrales de Douglas North. Así, las instituciones, entendidas como reglas del juego por Douglas North o como parámetros regulatorios, normativos y cognitivos por Richard Scott, son el

principios del XXI”, Jornadas sobre la Historia de las Políticas Editoriales en la Argentina, 2 y 3 de julio de 2015, Biblioteca Nacional-Museo del Libro y de la Lengua; Román, Viviana, “Las empresas de la industria editorial en Argentina a fines del XX. Orígenes y evolución”, texto inédito presentado en el Segundo Congreso Latinoamericano de Historia Económica, México D.F., Febrero 2010. Fernández Moya, María “Multinacionales del castellano. La internacionalización del sector editorial español”, *Revista de Historia Industrial*, vol. 40, Nº 2, 2009, pp. 23-50.

⁴ Johanson, Jan y Wiedersheim, Paul “The internationalisation of the firm: four Swedish case studies”, *Journal of Management Studies*, vol. 12, Nº 3, 1975, pp. 305-322. Johanson, Jan y Vahlme, Jan-Erik, “The internalization process of the firm: a model of knowledge development and increasing foreign market commitments”, *Journal of International Business Studies*, vol. 8, Nº 1, marzo, 1977, pp. 23-32. Johanson, Jan y Vahlme, Jan-Erik, “The mechanism of internationalization”, *International Marketing Review*, vol. 7, Nº 4, 1990, pp. 11-24.

hilo conductor de un enfoque ciertamente ecléctico⁵. Si tenemos en consideración exclusivamente los estudios que, dentro de esta escuela, se han encargado de la internacionalización de empresas, podemos señalar dos grandes corrientes. Bajo el denominador común “las instituciones importan”, algunos trabajos observan las instituciones como variables de entorno que pueden medirse a través de indicadores y cuya influencia sobre las empresas es unidireccional. Un segundo grupo se aproximaría al estudio de las instituciones desde una perspectiva más general y cualitativa, considerando que éstas intervienen en la actividad empresarial y, al tiempo, son influidas por ella⁶. En este trabajo seguiremos este segundo enfoque teórico y nos centraremos en una institución concreta: el papel de los gobiernos.

Formalmente, el trabajo se divide en cinco secciones. El primer apartado se ocupa de estudiar los principales cambios del sector internacional del libro en las décadas centrales del siglo XX. La segunda sección analiza las principales potencias editoriales en castellano de esa época, Argentina, México y España. Los siguientes apartados se ocupan de reconstruir la trayectoria de las principales editoriales y explicar las estrategias empresariales y sus principales condicionantes. Cierra el artículo un breve apartado de conclusiones.

El sector internacional del libro en “la época dorada”⁷. Algunas claves explicativas

La Segunda Guerra Mundial y la dura posguerra frenaron los avances en el sector editorial internacional, que se había consolidado en los años treinta. La historiografía ha descrito este periodo bélico como estéril, plagado de dificultades y privaciones, marcado por el racionamiento

⁵ North, Douglass C., *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*, Cambridge University Press, Cambridge, 1990. Scott, Richard W., *Institutions and Organisations*, Thousand Oaks, California, 1995.

⁶ Jackson, Gregory, y Deeg, Richard, “Comparing capitalisms: Understanding institutional diversity and its implications for international business”, *Journal of International Business Studies*, Vol. 39, Nº 4, 2008, pp. 540-561.

⁷ La expresión está tomada de Angus Maddison y se refiere al periodo que va desde 1950 hasta 1973, identificado por este autor como el momento de mayor crecimiento de la economía mundial.

de papel y la destrucción física de editoriales y plantas productivas, a causa de las bombas arrojadas sobre Leipzig y Londres. Es más, los relatos autobiográficos de los numerosos editores obvian o pasan por encima de este periodo. Así, en líneas generales, podemos considerar la etapa desde 1939 a 1950 como una bisagra entre dos periodos de auténtica creación e innovación. El posterior, objeto de estudio de esta investigación, corresponde a las décadas centrales del siglo XX y en él asistimos a la reinención del sector editorial. Los datos cuantitativos apoyan esta afirmación. La evolución del número de títulos editados entre 1937 y 1975 revela un crecimiento espectacular en la oferta editorial.

En los años cincuenta, el sector editorial internacional estaba dominado por diez naciones: Estados Unidos, Gran Bretaña, Países Bajos, Francia, República Federal Alemana, Italia, Japón, URSS, China (Continental) e India. En 1970, cuatro de cada cinco títulos procedían de un grupo de países aún más reducido. Si sumásemos la producción de Europa, Japón, Estados Unidos y la URSS, obtendríamos prácticamente el 80% de todos los libros publicados en un año⁸. Estas cifras indican un aumento de la oferta editorial internacional y su progresiva concentración geográfica en el periodo analizado. La concentración geográfica también tenía lugar dentro de cada país. Por ejemplo, el sector editorial alemán se localizaba mayoritariamente en Múnich, Stuttgart y Fráncfort. En Gran Bretaña, la concentración geográfica era clara, Londres constituía el gran centro editorial. Casi el 80% de los editores miembros de la asociación gremial, Publishers Association se localizan en la capital británica. El 86% de los editores franceses estaban radicados en la región de París.

La extensión de la oferta editorial estuvo claramente incentivada por un espectacular incremento de la demanda. El aumento en la renta per cápita mundial, el crecimiento del gasto público y la mejora del nivel educativo ayudaron a formar una clase media con capacidad de compra e interés cultural. Desde una óptica empresarial, estas cifras impulsaron la creación de un mercado de dimensiones inimaginables hasta entonces. Así, los años centrales del siglo XX vieron un cambio de paradigma en el

⁸ Datos tomados del Anuario Estadístico de la Unesco, publicados en *Courier*, julio 1972, pp. 12-15.

sector editorial. En 1970, el Informe del Sindicato Nacional de Editores de Francia ante el VI Plan de Desarrollo explicaba con estas palabras la transformación del sector:

“La edición se encuentra actualmente en un momento crucial de su historia. La más antigua de las industrias, después de medio milenio de existencia, se ve obligada, para sobrevivir, a reconsiderar su misión y a renovar sus estructuras, lo que lleva inevitablemente a pensar en la posibilidad de separarse del libro como en tiempos tuvo que separarse de la imprenta y la librería. El libro, pues, debe asumir una nueva significación distinta a la que tradicionalmente le era propia, y al mismo tiempo es necesario inventar nuevos productos que sirvan para la difusión del pensamiento. Así, también, la edición debe liberarse del campo cerrado de la cultura clásica y lanzarse a la liza de la concurrencia de la cultura de masas⁹”.

El testimonio muestra que las editoriales apostaron por nuevos productos para acercarse al mercado masivo, hablaremos de ellos en los próximos párrafos. Un libro apto para el consumo masivo debía reunir una serie de características. En primer lugar, los cambios afectaban a la producción, puesto que era necesario imprimir grandes tiradas. Esto suponía una gran inversión para los editores, que optaron por asumir un bajo riesgo en la edición de títulos. Era necesario superar el restringido círculo del público culto y letrado¹⁰. Por ello, se empezó a publicar lo que el público deseaba, en los campos más variados, desde literatura a libros de cocina, pasando por la edición de libros de referencia para universidades o escuelas técnicas o la reedición de obras de literatura muy conocidas. En segundo lugar, el sector cambió también su dinámica. La distribución tomó una importancia cada vez mayor. Las librerías dejaron de ser el único centro de venta de libros. Esas librerías estaban destinadas a abastecer a una reducida parte de la población, al porcentaje de lectores cultos, de personas muy letradas. Según datos de la Unesco, en

⁹ Tomado de *El Libro Español*, Junio de 1970, pp. 339 y 340.

¹⁰ Robert Escarpit, “La Revolución del libro”, *Courier*, Septiembre 1965, p. 7.

un país industrializado, el conjunto de la población capaz de leer supone alrededor del 70 o 75% de la cifra de habitantes del país. Sin embargo, el público lector apenas alcanza al 15 o 20%, y el verdaderamente letrado, es decir, el cliente asiduo de librerías, no supera el 3%¹¹. ¿Cómo llevar los libros a capas más amplias de la población? Desde esta etapa, tanto los libros como los nuevos productos editoriales comenzarán a venderse en grandes almacenes, tiendas de comestibles, estaciones de servicio y a través de agentes a domicilio. Los quioscos se encargaron de comercializar un nuevo tipo de producto: los fascículos. La venta de libros en fascículos, que se distribuían en quioscos de prensa, se inició en Italia en 1959, de la mano de la editorial De Agostini. En virtud del éxito obtenido, la innovación se extendió rápidamente por los mercados editoriales de Alemania, Inglaterra, España y, finalmente, Francia¹². Para llegar a un público más amplio, el precio de los libros debía ser moderado. Esta exigencia está detrás de uno de los éxitos editoriales de la época, en cuanto a formato editorial. Hablamos de los libros de bolsillo. La innovación fue introducida por Sir Allen Lane en 1935, con el lanzamiento de la colección Penguin, de la editorial Penguin Books. ¿Llegaron todos estos cambios al sector editorial en castellano? ¿Cómo marcaron la evolución del sector editorial en los principales países productores de libros? Trataremos de contestar a esas preguntas en las secciones posteriores.

Origen y destino de los libros. Una aproximación cuantitativa a los mercados editoriales principales

¿Quiénes eran los países más importantes en el sector editorial en castellano en las décadas centrales del siglo XX? Utilizaremos los datos del organismo internacional Unesco para responder a esta pregunta. En el cuadro 1, que recoge el número de títulos publicados en 1953 en las principales potencias editoriales, podemos ver que dos de los polos editoriales del libro en castellano, Argentina y España, se encuentran en posiciones destacadas, publicando entre 3.000 y 5.000 títulos al año.

¹¹ Escarpit, Robert, op. cit.

¹² *El Libro Español*, tomo II, 1970, p. 224.

Cuadro 1. Títulos publicados en las principales potencias editoriales (1953)

País	Número de títulos publicados
URSS	37.500
Japón	20.293
Reino Unido	18.257
India	17.400
República Federal de Alemania	15.738
Estados Unidos	12.050
Francia	10.017
Italia	8.972
China (Continental)	7.049
Países Bajos	7.045
Polonia	6.584
España	5.664
Checoslovaquia	5.459
Portugal	5.348
Austria	4.938
Argentina	4.610
Bélgica	4.519
Yugoslavia	4.465
República Democrática de Alemania	4.310
Tailandia	3.953

Fuente: Datos UNESCO publicados en Barker Ronald E., *Books for all, a study of international book trade*, Unesco, París, 1956.

El inglés era el primer idioma en número de lectores. Contaba con una demanda internacional amplia y bien atendida por Estados Unidos y Gran Bretaña. El español sería el segundo idioma más importante a nivel editorial, con 145 millones de personas que lo hablaban en 1965, si bien como señalaba la propia Unesco “por lo disperso que está, el terreno del español se parece al del inglés, pero los países que lo componen son más débiles económicamente que los de este último”¹³. El francés sería el tercer idioma con ramificaciones internacionales (Canadá, las Antillas y varios países africanos), aunque su importancia para el sector editorial se centraba en la demanda de tres países: Francia, Bélgica y Suiza. En cuanto al consumo de papel, en 1950 la América de habla inglesa consumía más de la mitad del papel de imprenta producido en el mundo, en 1960 el porcentaje bajó al 43,2%, muy similar a los datos para Europa y América Latina.

¿Quiénes eran los principales países exportadores del sector editorial internacional? El cuadro 2 nos muestra que, a comienzos de los años cincuenta, Reino Unido y Estados Unidos eran, sin ningún género de dudas, los dos grandes líderes en materia editorial. Le seguían, a cierta distancia, Francia, Países Bajos y República Federal de Alemania.

¿Qué ocurre con el sector editorial en castellano? España en sexta posición, aunque lejos de las cifras del grupo de cabecera, superaba a países mucho más avanzados en materia industrial como Bélgica, Suiza, Suecia o Dinamarca. Argentina y México también aparecen en los puestos 17º y 23º del listado. Los datos permiten confirmar la importancia del área lingüística en castellano, y la existencia dentro de él de tres polos de edición en el área, México, Argentina y España que se cuelan entre los mayores exportadores del mundo. Podemos señalar, por tanto, que en la etapa analizada en esta investigación (desde 1950 hasta 1973) los tres polos abastecían de libros al área lingüística en castellano. Detrás de esas cifras se encuentra un grupo de editoriales que desarrollaron ambiciosas estrategias empresariales en esta etapa, a nivel nacional e internacional. Hablaremos de ellas en la siguiente sección, si bien antes revisaremos algunos datos cuantitativos que nos permitan obtener una imagen fiable del sector editorial en cada uno de esos países.

Antes de 1936, fecha en la que estalló la Guerra Civil española, la edición en castellano estaba dominada por el sector editorial español,

¹³ Escarpit, Robert, op. cit., p. 15.

Cuadro 2. Exportaciones de libros en varios países (1952)
Cifras en miles de dólares americanos

País	Exportaciones	País	Exportaciones
Reino Unido	40.686	Australia	1.276
Estados Unidos	40.114	Canadá	1.110
Francia	21.495	Egipto	995
Países Bajos	16.600	Irlanda	883
República Federal de Alemania	15.218	Dinamarca	831
España	6.926	Suecia	829
Suiza	6.367	República Democrática de Alemania	497
Austria	4.686	Argentina	467
Bélgica	4.636	Portugal	427
Japón	2.306	Finlandia	290
India	1.436	México	225
Italia	1.376	Noruega	135

Fuente: Datos UNESCO publicados en Barker, Ronald E., op. cit.

con dos sedes principales: Barcelona y Madrid. La guerra cambió drásticamente la situación, los problemas de producción y de comunicaciones anularon a la industria editorial española. El momento fue estratégicamente aprovechado por Argentina y México para asumir el liderazgo en el sector del libro en castellano desde finales de los años treinta hasta el comienzo de los años cincuenta. En la década central del siglo XX, no obstante, la recuperación económica de España permitió a las editoriales retomar su carrera competitiva a nivel exterior. Los datos cuantitativos expuestos en los párrafos precedentes corroboran esta afirmación.

El sector editorial español tenía en los países de América Latina sus principales clientes exteriores. A ellos iba destinada alrededor del 80% de su exportación. Las cifras de exportación demuestran la recuperación del sector en los años cincuenta. Si en 1940 las exportaciones de libros españoles se cuantificaban en 5 millones de pesetas, para 1963

alzaban los 1.348 millones de pesetas. En cuanto a producción de títulos, España pasó de editar 3.633 títulos en 1950 a 6.085 en 1960, que ascenderían a 17.342 títulos apenas cinco años más tarde. En 1973, España editaba 23.608 títulos, lo que situaba como séptima potencia editorial mundial¹⁴. En 1963, España tenía registradas unas 743 empresas editoriales¹⁵.

En Argentina, el punto de inflexión de la industria editorial se produjo en los años treinta. Si bien sería en las dos décadas posteriores en las que transcurrió su etapa más brillante a nivel internacional. José Luis de Diego ha bautizado esta etapa como “edad de oro” del sector argentino, cuyas editoriales más importantes exportaban más del 40% de su producción¹⁶. Fue en esta época cuando el sector se articuló en asociaciones gremiales¹⁷. En 1938 tuvo lugar en Buenos Aires el Primer Congreso de Editores Argentinos, en 1941 se creó la Cámara Argentina del Libro, y en 1943 se realizó la Primera Feria del Libro en Buenos Aires. Las cifras reflejan este crecimiento de la industria editorial argentina. En número de títulos, Argentina publicaba en 1936 un total de 451 obras científicas y 372 literarias; en 1963, el número global ascendía a 3.390 títulos. Si tomamos como referencia la producción editorial completa, ésta fue de 22 millones de libros en la última mitad de la década de 1930, escaló hasta los 250 millones entre 1940 y 1949, y alcanzó los 283 millones entre 1950 y 1959¹⁸. Según datos de Raúl H. Botaro publicados en su libro “La edición

¹⁴ Division of Statistics on Culture and Communication Office of Statistics, Unesco.

¹⁵ “Las grandes corrientes del mercado hispánico”, *Courier*, Septiembre 1965, p. 17.

¹⁶ de Diego, José Luis, “La época de oro de la industria editorial (1938-1955)”, en de Diego (dir), José Luis, *Editoriales y políticas editoriales en Argentina*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2006.

¹⁷ Giuliani, Alejandra, “La emergencia de estrategias editoriales colectivas en Argentina: El Primer Congreso de Editores e Impresores Argentinos (1938)”, *Primer Coloquio sobre la Historia de las Políticas Editoriales en la Argentina*, Museo de la Lengua y Dirección de Cultura de la Biblioteca Nacional Mariano Moreno, Buenos Aires, 2 y 3 de Julio de 2015.

¹⁸ Centro de Estudios para la producción, *La Industria del Libro en Argentina, Secretaría de Industria, Comercio y Pequeña y Mediana empresa*, p. 62.

de libros en Argentina” y recogidos por la revista *Courier* de la Unesco, la producción anual de libros en Argentina en el periodo 1960-1962 fue aproximadamente de cuatro mil millones de pesos (a precios de mayoristas)¹⁹.

En México, la evolución del sector editorial es muy similar a la del caso argentino. Si entre 1948 y 1955, México publicaba menos de 1.000 títulos al año, en 1962 el número se había elevado a 3.760 obras²⁰. Cifras algo inferiores a las de Argentina, pero que superaban ampliamente las de Chile (1.040 títulos en la misma fecha), Perú (791 títulos) y Cuba (736 títulos). Uno de los principales impulsores de ese crecimiento fue la producción y distribución de libros escolares y en concreto los de enseñanza primaria. Como veremos más adelante, esta área de negocio para las editoriales estaba muy regulado por el Estado mexicano, si bien el impulso dado a los planes educativos en el país suponía una demanda importante. Desde 1959, año en el que el ministro Jaime Torres Bodet (ex director general de la Unesco) promulgó el Plan de Educación hasta 1965, se distribuyeron más de 100 millones de libros de texto gratuitos entre los alumnos de primaria.

Los actores y las estrategias empresariales

¿Qué editoriales lideraban el mercado de habla castellana? Por peso económico y cultural, el centro de la edición en castellano en las décadas de 1940 y 1950 estaba en Argentina²¹. Este prometedor tejido editorial estaba plagado de casas con grandes catálogos que desarrollaron una intensa actividad cultural en los años posteriores. Señalaremos a continuación algunas de las editoriales más destacadas en materia de literatura general.

¹⁹“Las grandes corrientes del mercado hispánico”, *Courier*, Septiembre 1965, p. 17.

²⁰ *Ibidem*, p. 17.

²¹ Larraz Elorriaga, Fernando, “1938, año cero de la ‘Edad de oro de la edición argentina’. Política y cultura en la gestación de las editoriales Losada y Sudamericana”, *Primer Coloquio sobre la Historia de las Políticas Editoriales en la Argentina*, Museo de la Lengua y Dirección de Cultura de la Biblioteca Nacional Mariano Moreno, Buenos Aires, 2 y 3 de Julio de 2015.

Editorial Sudamericana fue creada en 1939 con un capital inicial de cien millones de pesos²². En su fundación participaron el empresario catalán Rafael Vehils; los intelectuales argentinos Victoria Ocampo, Oliverio Girondo y Carlos Mayer; destacados hombres de negocios argentinos, como Jacobo Saslavsky, Antonio Santamarina, Alejandro Shaw, Eduardo Bullrich, Carlos Mayer y Alejandro Menéndez Behety, y Andreu Bausili, antiguo consejero del Ayuntamiento de Barcelona²³. Poco después de fundar la compañía, Ocampo y Girondo, entre otros, abandonaron la empresa, y Rafael Vehils buscó al editor catalán Antonio López Llausás, a quién había conocido en los años veinte en Barcelona. Republicano, López Llausás tuvo que abandonar Barcelona durante la guerra, se escapó a Francia, desde allí viajó a Colombia y Cuba con la intención de establecer un taller de impresión y, ante la falta de éxito, volvió a París para entrar a trabajar en la editorial Hachette.

Tras su incorporación a Sudamericana, López Llausás aumentó paulatinamente su participación en la compañía, hasta hacerse con todo el accionariado²⁴. Según Gloria López Llovet, nieta de López Llausás, “la nueva editorial se planteó entonces un doble objetivo: por un lado, dar a conocer a los autores latinoamericanos, y por el otro, traducir y divulgar la literatura extranjera contemporánea.”²⁵ Sudamericana consiguió conjugar el carácter literario y el comercial. En su labor, contó con la colaboración de Julián Urgoiti, a cargo de la dirección literaria (quien más tarde llegaría a ser presidente de la Cámara Argentina del Libro); y de los asesores literarios Francisco Porrúa, quien entró en Sudamericana en 1955²⁶, Luis Jordana y Enrique Pezzoni. En poco tiempo la editorial se consolidó como una de las más importantes del país por su volumen de ventas.

²² López Llovet, Gloria, *Sudamericana: Antonio López Llausás, un editor con los pies en a tierra*, Buenos Aires, Dunken, 2004, p. 30.

²³ Dalla Corte, Gabriela, y Espósito, Fabio, “Mercado del libro y empresas editoriales entre el centenario de las independencias y la Guerra Civil española: la editorial Sudamericana”, *Revista Complutense de Historia de America*, 36, 2010, p. 277.

²⁴ López Llovet, Gloria, op. cit.

²⁵ *Ibidem*.

²⁶ La información está tomada de de Diego, op. cit., pp. 64 y 65.

Otra editorial cardinal en el panorama literario argentino fue Emecé. La compañía fue creada por Mariano Medina del Río, con la participación de Álvaro de las Casas, los gallegos Luis Seoane y Arturo Cuadrado. El apoyo empresarial llegaría de la mano de la familia argentina Braun Menéndez. En 1947 se incorporó el abogado y empresario argentino Bonifacio del Carril, que se convertiría en propietario de la empresa. La editorial publicó títulos importantes de la literatura en castellano y grandes traducciones, por ejemplo de Albert Camus, Franz Kafka y William Faulkner. La imagen del sello está unida, sobre todo, al emblemático escritor argentino Jorge Luis Borges, quien desde 1951 publicó en Emecé la mayor parte de sus obras y participó en la elaboración de distintas colecciones y traducciones²⁷.

Otra editorial argentina relevante fue Losada. Gonzalo Losada había llegado a Argentina en 1928, como responsable de la Editorial Espasa Calpe en el país. Él impulsó la transformación de la empresa tras los problemas a causa de la Guerra Civil española en 1936, se encargó de convertir la compañía en sociedad anónima y coordinar la salida de la colección Austral. En 1938, la llegada de ejecutivos de la casa central de Espasa Calpe a Argentina con distintos criterios de gestión y en las líneas editoriales hicieron que Gonzalo Losada dimitiera de su puesto y comenzase una aventura editorial propia²⁸. La editorial Losada fue creada en 1938 y, además de Losada, fueron socios fundadores Guillermo de Torre y Atilio Rossi; más tarde se sumarían Pedro Henríquez Ureña, Francisco Romero, Felipe y Luis Jiménez de Asúa, Lorenzo Luzuriaga, Amado Alonso, Teodoro Becú y Enrique Pérez. Losada editó gran parte de la obra de los exiliados republicanos españoles, como Rafael Alberti, prohibida por la censura en su país de origen y obras de reconocidos autores argentinos y latinoamericanos, como el poeta chileno Pablo Neruda. También apostaron por la publicación de grandes obras de la literatura y el pensamiento internacional, que se tradujeron al castellano y gracias a Losada se difundieron en toda el área lingüística. Entre ellas podríamos citar *Lo inconsciente* de C. G. Jung y *La metamorfosis* de Kafka.

²⁷ de Diego, José Luis, op. cit.

²⁸ Gudiño Kieffer, Eduardo, Losada: *Gonzalo Losada, el editor que difundió el libro argentino en el mundo*, Buenos Aires, Dunken, 2004.

La segunda potencia editorial en los años cuarenta y cincuenta era México. La posición principal en el mercado azteca la ocupaba el Fondo de Cultura Económica (FCE). La compañía nació en 1934, impulsada por Daniel Cosío Villegas y con estructura jurídica de un fideicomiso del Estado. Su objetivo era difundir textos en castellano de temas económicos²⁹. En los quince años en los que el FCE estuvo bajo la gestión de su primer director, el propio Cosío, el catálogo se amplió y diversificó en colecciones de áreas distintas, Política y Derecho, Sociología, Historia, Tezontle, Filosofía, Antropología, Biblioteca Americana, Tierra Firme y Ciencia y Tecnología.

Otra emblemática editorial mexicana, Siglo XXI, fue creada en 1965 por el argentino Arnaldo Orfila Reynal. Orfila había sido el director del FCE desde 1948 hasta 1967, con una gestión brillante a nivel cultural. Cuando fue expulsado de la entidad paraestatal, por publicar el libro de Oscar Lewis *Los hijos de Sánchez* (que indignó al presidente Gustavo Díaz Ordaz, quien lo consideró un libro contra México), muchos escritores, editores e intelectuales abandonaron el FCE y siguieron a Orfila en su nueva aventura editorial.

Dos editores españoles, ambos exiliados republicanos, fueron los responsables de crear otras dos editoriales mexicanas emblemáticas. Hablamos de Grijalbo y Joaquín Mortiz. Juan Grijabo creó Grijalbo en 1959. Su catálogo se centró en novelas y *best sellers* que tendrían una amplia distribución en toda el área lingüística. La expansión del sello por Hispanoamérica fue rápida, difundiéndose en poco tiempo su catálogo por Argentina, Chile y Venezuela. En cuanto a Joaquín Mortiz, su fundador, Joaquín Díaz-Canedo, había estudiado Literatura en la Universidad Central de Madrid y, posteriormente, cursó Filosofía y Letras en la Universidad Nacional Autónoma de México. En 1942 empezó a trabajar en el FCE, del que llegó a ser gerente general. En 1962, al crear la editorial Joaquín Mortiz puso su experiencia y sus contactos personales como activos de la empresa, convirtiéndola en un auténtico impulsor de literatura mexicana. En la fundación de la editorial participó la casa española Seix Barral, como accionista de la compañía mexicana.

²⁹ Sobre la historia del FCE véase Díaz Arciniega, Víctor, *Historia de la casa: Fondo de Cultura Económica 1934-1994*, México D.F., Fondo de Cultura Económica, 1994; Silva Herzog, Jesús Víctor, “Breve historia del Fondo de Cultura Económica”, en *Cuadernos Americanos*, N° 180, 1972, pp. 161-172.

En cuanto a las editoriales españolas, Espasa Calpe luchó en los años cincuenta por mantener su protagonismo en el mercado del libro en castellano. Espasa Calpe había sido creada en 1925 a partir de la fusión de dos editoriales, Espasa, editorial catalana creada en 1908, y Calpe, compañía madrileña fundada en 1918. La nueva sociedad había nacido en Bilbao, con el capital social más alto de las editoriales de la época, 16 millones de pesetas³⁰. El grupo estaba respaldado por uno de los bancos más importantes de la época, el Banco de Bilbao. El objetivo de Espasa Calpe era revolucionar la industria editorial con una casa al estilo europeo y, en efecto, la empresa se diseñó siguiendo el modelo de las poderosas editoriales alemanas, inglesas o francesas³¹. Su temprana internacionalización le permitió disponer de delegaciones en América, una en Argentina, abierta en 1926, y otra en México desde 1930. Inicialmente se trataba de filiales comerciales, que distribuían obras del sello y de las entidades que le tenían confiada la comercialización en América. Al estallar la Guerra Civil española en 1936, ésta cortó la recepción de remesas desde la casa matriz de Espasa Calpe a sus filiales americanas. El filósofo español José Ortega y Gasset, directivo de la propia editorial, anticipaba en 1938 las consecuencias del conflicto para Espasa Calpe:

“Querido Marañón:

He tenido algunas noticias -todas procedentes de la Argentina- sobre la situación de Espasa Calpe allí. En efecto, [Gonzalo] Losada se ha separado con algunos muchachos de izquierda y ha creado una editorial cuyo capital, de cuantía desconocida, no tiene un origen todavía notorio. Es resueltamente una editorial roja. Yo no sé esto por Olarra que aun no me ha escrito allí, sino por otras personas. Ahora bien, estas añaden, sin dar precisiones, que la situación en que ha quedado Espasa Calpe ortodoxo es delicada ‘financieramente y en punto a dirección’. Yo no entiendo muy bien

³⁰ Estatutos de Espasa Calpe, también en Castellano, Philippe, *Enciclopedia Espasa: Historia de una aventura editorial*, Espasa Calpe, Madrid, 2000, p. 86.

³¹ Véanse Cabrera, Mercedes, *La industria, la prensa y la política: Nicolás M^a de Urgoiti (1869-1951)*, Madrid, 1994; Sánchez Vigil, Juan Miguel, *Calpe: paradigma editorial (1918-1925)*, Editorial Trea, Gijón, 2005.

lo que esto quiere decir y supongo que es un insuficiente conocimiento de la realidad. Pero por otras noticias respecto a nuevas creaciones editoriales allí, de las que ya le hablaré cuando nos veamos por esta costa, empiezo seriamente a temer que, a fuerza de hacer tonterías, esté Calpe en aquella república pasando un momento muy peligroso, que puede ser francamente desastroso [...] fíjese usted, que lisa y llanamente anda en juego nada menos que el control español del libro castellano en Centro y Sud-América”³².

Los gerentes de Espasa se encontraron con un doble problema: la disminución de la cuota de mercado en América a causa de un mero problema de suministro y la publicación de ediciones fraudulentas de los títulos más emblemáticos de la casa. Fue entonces cuando los directivos españoles decidieron empezar a editar desde la sede Argentina, que se transformó en Sociedad Anónima Argentina el 22 de abril de 1937.

La Guerra civil española había abierto una época de crisis para la editorial. El balance de situación de la compañía española arrojaba para 1936 unas pérdidas de 1.319.946,90 pesetas, que se unirían a las registradas entre el 1 de enero de 1937 y el 28 de marzo de 1939 por importe de 453.695,54 pesetas. Como parámetro de comparación, la compañía había obtenido unos beneficios de 1.387.820 pesetas en 1935 y de 1.310.038 pesetas en 1934³³. Los beneficios de abril a diciembre de 1939, de apenas 63.013,90 pesetas, permitieron anticipar el cambio de tendencia en la empresa. La sede argentina de Espasa Calpe tendría un papel principal en esa recuperación. En realidad, la filial bonaerense fue mucho más activa que la casa central española durante toda la década de los años cuarenta. La memoria anual de 1947 refleja claramente las dificultades que atravesó Espasa Calpe durante la posguerra y el papel desarrollado por la sede argentina en la sostenibilidad del proyecto empresarial:

“Nuestra producción ha sido inferior a las posibilidades de nuestra organización debido a estas dificultades por falta de fuerza motriz y, aún mayores, por carencia de primeras materias y, sobre

³² López Vega, Antonio, *Epistolario inédito, Marañón, Ortega, Unamuno*, Madrid, Espasa Calpe, 2008, pp. 197 y 198.

³³ *Anuario Financiero y de Sociedades Anónimas*, 1940.

todo, por la carestía de ellas, que llegan a elevar tan desmesuradamente los costes de las obras, que se han tenido que renunciar a publicaciones y aun a reimpressiones que apenas se venderían apareciendo a precios que las hicieran inasequibles. [...] Las tiradas no se han resentido, sino que por el contrario, hemos tenido en general un aumento, en gran parte debido a que nuestra casa argentina ha podido enviarnos libros de su producción, que nos ha permitido, si bien no en la cantidad que demandaba el mercado, si en una gran proporción, atender la gran apetencia que por nuestro fondo editorial existe⁷³⁴.

El anterior responsable de la sede argentina, Gonzalo Losada, dejó la sucursal para fundar su propio proyecto editorial, la ya mencionada editorial Losada. Los responsables nombraron para sustituirle a Manuel Olarra, trabajador de la casa matriz que había tenido ciertas responsabilidades en las tareas de exportación durante la etapa anterior. A mediados de la década de 1940, las ventas de Espasa Calpe Argentina estaban compuestas en un 61% por ediciones argentinas y 39% por obras que se recibían de la sede española³⁵. La segunda sede americana de Espasa Calpe, situada en México, pasó a ser una sucursal de la compañía argentina el 26 de julio de 1937. Desde ella se comercializaba el catálogo por México, Centroamérica, Estados Unidos, Ecuador, Colombia y Venezuela³⁶. A partir de 1950, la sede mexicana intensificó su línea de publicaciones, especialmente reimpressiones de títulos editados en Buenos Aires, entre ellos de la Colección Austral.

Otra editorial española que supo mantenerse en la elite del tejido editorial en castellano fue editorial Salvat. Fundada por Manuel Salvat Xivixell y su hijo Pablo en 1898, la compañía se convirtió en el primer tercio del siglo XX en una de las más importantes de España. En los años cuarenta, la compañía se vio sumida en la crisis económica de la posguerra española, con fuertes restricciones de producción que le impedían llevar una actividad empresarial normal. En los años cincuenta, la compañía ca-

³⁴ Memoria Espasa Calpe 1947, Archivo histórico BBVA.

³⁵ Olarra Jiménez, Rafael, *Espasa-Calpe: Manuel Olarra un editor con vocación hispanoamericana*, Buenos Aires, Dunken, 2004.

³⁶ *Ibidem*.

talana retomó su crecimiento. Muy bien posicionada a nivel internacional, con fuertes contactos con editoriales extranjeras, la compañía desarrolló proyectos conjuntos con la casa inglesa WB Saunders, la francesa Masson & Cía. y la editorial norteamericana Field Enterprises Educational Corporation³⁷. La diversificación de su catálogo y las fuertes ventas que la compañía consiguió en España y en América Latina le permitieron instalarse en los primeros puestos del ranking del sector editorial español hasta bien entrada la década de los años ochenta, cuando comenzó la concentración empresarial.

¿Era permeable este tejido editorial a los cambios que estaba viviendo la edición internacional en los años centrales del siglo XX? ¿Cómo se adaptaron los editores en castellano a estos cambios? Las editoriales mencionadas se encargaron de introducir los cambios acaecidos en el sector editorial internacional en el área lingüística en castellano. La importación de ideas se tradujo en nuevos productos, formatos de edición y formas de distribución y comercialización. Analizaremos uno a uno todos estos cambios.

Nuevos productos. A imitación de los editores anglosajones e italianos, los editores en castellano empezaron a publicar libros de bolsillo y fascículos. La editorial Salvat fue pionera en el campo del fascículo, en el que entró en virtud de la buena relación de la familia propietaria con la editorial italiana De Agostini, experta en esta línea de negocio. La empresa italiana comenzó a vender el producto en 1959, con la enciclopedia *Il Milione*, que fue muy bien acogida por el público nacional. Los hermanos Boroli animaron a los editores catalanes a hacer lo mismo. Salvat inició el canal de los fascículos con la enciclopedia Monitor (1965), un auténtico éxito de ventas en España y América, al que siguieron muchos proyectos más, como los fascículos de inglés en colaboración con la BBC y de fotografía con Kodak.

Los libros de bolsillo, por su parte, se introdujeron en el sector editorial en castellano a través de varias editoriales. Por supuesto, se podrían considerar precursores los ejemplares editados en las colecciones de Espasa Calpe Colección Universal y Colección Austral. En sentido estricto,

³⁷ Fernández Moya, María, “Creating Knowledge Networks: Spanish Multinational Publishers in Mexico”, *Business History Review*, 2012, Vol. 86, Nº 1, pp. 69-98.

en Argentina, los libros de bolsillo llegaron de la mano de Sudamericana y su conocida colección Piragua, con un formato de 11x17 centímetros, precio asequible, tiradas amplias (de más de 10.000 ejemplares), y distribución dentro y fuera del circuito de librerías³⁸. En 1961 se uniría a esta colección el catálogo de Emecé. Dos editoriales españolas, Plaza y Janés y Alianza Editorial, también supieron conquistar un importante porcentaje de mercado y fama en esta rama del negocio, a finales de los años sesenta. Alianza Editorial describía en un artículo publicado en la revista *Información Comercial Española* en julio de 1969 las características del producto:

“A nuestro entender, el libro de bolsillo no significa otra cosa que acercar el lector al libro. Acercarlo primero por su precio, dándole, por una cantidad módica un libro entero y verdadero; acercarlo también por una extensión del número de puestos de venta, ya que el libro de bolsillo puede venderse no sólo en las librerías tradicionales, sino también en supermercados, quioscos, estaciones y librerías-papelerías; acercarlo, por último, por el atractivo y actualidad o permanencia de temas, es decir, por su contenido, y por la buena presentación del continente”³⁹.

Nuevas formas de venta y estrategias de marketing y publicidad. Los fascículos y libros de bolsillo superaron el circuito tradicional de librerías y se empezaron a vender en quioscos y supermercados. La venta a crédito, especialmente de obras enciclopédicas y de gran formato se popularizó. La editorial española Planeta, por ejemplo, basó en esta línea de negocio gran parte de su estrategia de crecimiento inicial. Por supuesto, las innovadoras técnicas de marketing también llegaron a las editoriales, utilizando la televisión y la radio para anunciar ampliamente sus productos. El ejemplo más ilustrativo lo constituye la colección Biblioteca Básica de RTVE, publicada por las casas españolas Alianza Editorial y Salvat a finales de los años sesenta. La asociación de las dos editoriales ganó el concurso organizado por el Ministerio de Información y Turismo para crear una biblioteca con títulos clásicos de la literatura universal a precios asequibles, que pudiese llegar a todos los hogares españoles. La colección

³⁸ López Llovet, Gloria, op. cit.

³⁹ *Información Comercial Española*, 431 (1969), pp. 53 y 54.

contaba con el apoyo impagable de una publicidad gratuita en radio y televisión. Se publicaron títulos como *La Tía Tula*, de Miguel Unamuno; *Las narraciones extraordinarias*, de Edgar Allan Poe; *El espectador*, de José Ortega y Gasset, o *Werther*, de Goethe.

En estas décadas comenzó también la preocupación de las empresas por diferenciarse como sello editorial. Esto suponía publicar ediciones reconocibles para el gran público, potenciar la imagen de la editorial, su singularidad dentro del tejido. Para alcanzar ese objetivo, los editores se esforzaban por crear un catálogo coherente, estructurado en colecciones. Las editoriales argentinas apostaron claramente por esta estrategia. La Colección Austral fue sin duda la estrella de Espasa Calpe Argentina. La casa publicaba alrededor de 10 a 20 títulos por mes, las primeras ediciones contaban con 12.000 ejemplares y era extraordinario el número de reimpressiones. El 30% de la producción se exportaba. El libro costaba \$ 1,50 el ejemplar sencillo y \$2,25 el extra. Sin embargo, una de las líneas más rentables sería el Diccionario Enciclopédico Abreviado, cuya primera edición alcanzó los 22.000 ejemplares y la segunda 20.000. En 1948, las ventas de Diccionario eran un 37% de los ingresos de la editorial, mientras que la Colección Austral aportaba un 30% de los mismos⁴⁰.

En 1939, apenas un año después de su creación, Losada ya contaba con colecciones importantes, que serían bien recibidas por el público. Ese año el catálogo incluía Biblioteca Contemporánea, Las cien obras maestras de la literatura y el pensamiento universal, Biblioteca filosófica, Obras completas de Federico García Lorca y Panoramas. Después, la oferta de Losada se ampliaría con La biblioteca pedagógica, Los grandes novelistas de nuestra América o Poetas de España y América. La Colección cumbre se encargaría de ubicar las obras completas de poetas como Rafael Alberti, León Felipe, Miguel Hernández, Pablo Neruda, Antonio Machado y André Gide. Otra colección se dedicó a Los premios Nobel, publicando trabajos de Rabindranath Tagore, George Bernard Shaw o Thomas Mann, entre otros.

Sudamericana también creó algunas colecciones de gran éxito. Por ejemplo, la colección Horizonte, en la que aparecieron obras tan significativas como *Las palmeras salvajes* de William Faulkner y *Orlando* de

40 Olarra Jiménez, Rafael, op. cit.

Virginia Woolf, ambas con traducción de Jorge Luis Borges⁴¹. La editorial argentina también contaba con colecciones infantiles, colecciones de novelas históricas y biografías, una colección de Grandes Obras (que se vendía a crédito), de Teatro y la Colección Minotauro de Ciencia Ficción. Mención aparte merece la colección de Narrativa Argentina, en la que publicaron autores como Eduardo Mallea, Manuel Mújica Láinez, Julio Cortázar y Ernesto Sábato, entre otros. En 1967 la editorial quedaría vinculada a la literatura de vanguardia latinoamericana, tras la publicación de *Cien Años de Soledad*, de Gabriel García Márquez, uno de los libros más importantes del *boom latinoamericano*. Francisco Porrúa supo ver el potencial del manuscrito. García Márquez publicó toda su obra en la editorial argentina, y su imagen quedó unida a la del sello, no solo a nivel nacional sino internacional. El dueño de Sudamericana, López Llausás, fue también uno de los primeros editores que supo visualizar las posibilidades comerciales de los libros de autoayuda. Es más, lanzó una colección pionera. Sin embargo, el editor entendió que esta línea de textos podía desvirtuar su imagen de marca y decidió publicarlos bajo otra compañía, Editorial Cosmos⁴².

En México, el Fondo de Cultura Económica, bajo la dirección de Arnaldo Orfila Reynal amplió su oferta de libros con colecciones como Letras mexicanas, Breviarios, Lengua y Estudios Literarios, Arte Universal, Vida y Pensamiento de México, Psicología, Psiquiatría y Psicoanálisis y Colección Popular, que tuvieron una gran acogida en toda el área lingüística. La editorial mexicana Joaquín Mortiz y la catalana Seix Barral lanzaron de forma conjunta la colección Nueva Narrativa Hispánica.

Al mismo tiempo que estructuraban los catálogos en forma de colecciones, los editores empezaron a publicar en cuidados formatos, que identificaban al sello. Entre las editoriales españolas, los ejemplares con cubiertas de piel de la editorial Aguilar, el curioso formato de los libros de Alfaguara, diseñados por Enric Satué bajo la dirección de Jaime Salinas, y las cubiertas diseñadas por Daniel Gil para Alianza Editorial, serían ejemplos de esta tendencia. En Argentina destacaban las cubiertas de la Colección Austral de Espasa Calpe, que fueron obra de Hermelin. También las de los artistas Raúl Soldi, Héctor Basaldúa o Rómulo Macció para

⁴¹ López Llovet, Gloria, op. cit.

⁴² Ibidem.

las cubiertas de Sudamericana. El prestigio constituía un intangible que daba valor comercial a la marca. La importancia que el director y dueño de Sudamericana otorgaba a estos detalles muestra la relevancia que tendrían después para llegar a los clientes. López Llausás dejaba el examen minuciosos del texto en manos de los asesores literarios y él se ocupaba de la elaboración de catálogos, la publicidad de la editorial en los diarios y la elección de las portadas⁴³.

Los premios literarios fueron una nueva estrategia lanzada para hacer publicidad y dar notoriedad a autores y obras. En Argentina, Losada creó el premio Ricardo Güiraldes en una fecha tan temprana como 1939. En 1942, la misma editorial en colaboración con la Sociedad Argentina de Escritores creó el premio Lorenzo Luzurriaga. A los 20 años de su fundación, en 1958, Losada lanzó un premio de novela abierto a todo mundo hispano que mantendría hasta 1980⁴⁴. Los premios literarios proliferaron también en el panorama español. Nacieron los premios Nadal (1944), Planeta (1952) y Biblioteca Breve (1958).

Internacionalización y sus condicionantes

Con estos nuevos productos editoriales y nuevas estrategias empresariales, los editores afrontaron un proceso de internacionalización, tal y como mostraban los datos cuantitativos recogidos en la sección anterior. El proceso fue progresivo, siguiendo el modelo descrito por la Escuela Upsala descrito en la introducción de este artículo. En los años cuarenta y cincuenta, las editoriales argentinas y mexicanas se instalaron en los mercados latinoamericanos. En Chile, Colombia y Perú, los editores mexicanos arrebataron un porcentaje relevante de cuota de mercado⁴⁵. Los editores argentinos amenazaban también el mercado español peninsular. El Anuario Estadístico de Comercio Exterior de España revela que en la segunda mitad de los años cuarenta, la importación de libros argentinos en España superaba la exportación de libros españoles hacia Argentina.

⁴³ Ibidem, p. 35.

⁴⁴ Gudiño Kieffer, Eduardo, *Losada: Gonzalo Losada, el editor que difundió el libro argentino en el mundo*, Dunken, Buenos Aires, 2004.

⁴⁵ Cámara del Libro de Colombia. AGA Cultura Caja N° 73-000475.

Tras la etapa de exportación, las editoriales argentinas y mexicanas decidieron instalar filiales en otros países, primero en Latinoamérica y, más tarde, en España. Losada creó sucursales en Uruguay, Colombia, Perú y Chile. El FCE se instaló en Buenos Aires en 1945, en Santiago de Chile en 1954 y en Madrid en 1963. En 1973, con la fundación de Fondo de Cultura Económica de España, la entidad comenzó a editar en el país. Juan Grijalbo volvió a España en 1962 con pasaporte mexicano. Su editorial ya exportaba libros mexicanos a la Península, y la vuelta del editor a Cataluña provocó un cambio de estrategia, creándose en Barcelona Editorial Grijalbo SA, entidad sometida a la legislación española desde la que comenzó a editar. Además, Grijalbo contaba con sedes en Argentina, Chile y Venezuela. La editorial Siglo XXI contaba a finales de los sesenta con tres empresas filiales, en España, México y Argentina, un entramado que publicaba en forma de coedición, para distribuir los gastos entre las sedes. Fue el cambio de contexto político, el advenimiento del peronismo, lo que animaría a López Llausás a dar el paso definitivo en la internacionalización de Sudamericana. Ante el temor de verse obligado a dejar el país, el editor fundó dos sucursales en el exterior: EDHASA en España y Hermes, en México. Ambas estaban planteadas como meras distribuidoras de la compañía argentina, si bien Hermes llegó a editar algunos títulos. La labor de Edhasa no estaba exenta de problemas, puesto que muchos de los libros estaban censurados en España y debían venderse por vía clandestina. La editorial argentina El Ateneo contaba con representación en Lima (1950), Río de Janeiro (1952), Caracas y Montevideo (1955) y, en 1958, intentó montar una sucursal en Barcelona que finalmente no prosperó⁴⁶. El libro argentino también salió a otros mercados de habla castellana, incluida España, y se introdujo en el circuito europeo de las coediciones, especialmente en Francia.

Las editoriales españolas habían iniciado la senda de la internacionalización a comienzos del siglo XX, pero la Guerra Civil (1936-1939) y la dura postguerra frenaron ese prometedor proceso empresarial. En la segunda mitad de los años cincuenta y comienzos de los sesenta, cuando las condiciones económicas del país mejoraron, las editoriales retomaron

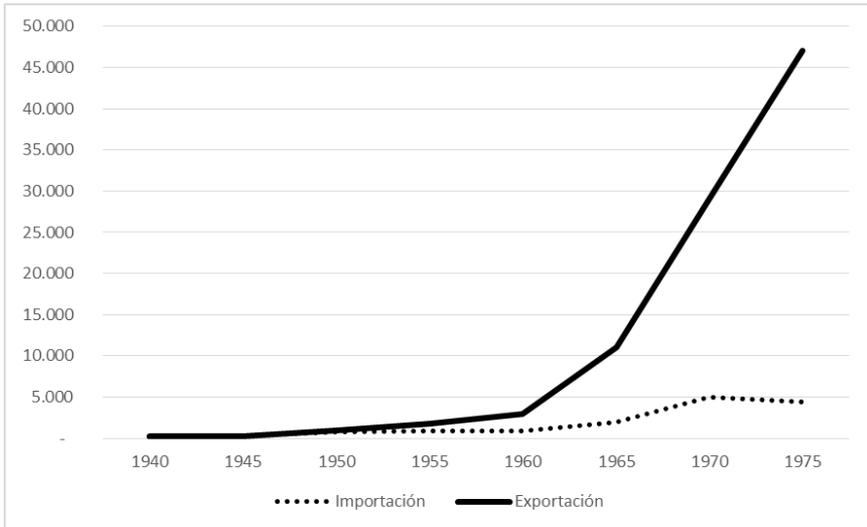
⁴⁶ Véase Aguado, Amalia, “La Consolidación del mercado interno (1956-1975)”, en de Diego, José Luis (dir), *Editoriales y políticas editoriales en Argentina*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2006.

su actividad productiva y exportadora⁴⁷. Los países latinoamericanos se convirtieron en el destino preferente de esas exportaciones. La editorial Salvat, por ejemplo, exportaba entre un 50% y un 60% de su producción en los años cincuenta. En ese momento, la editorial catalana tenía sede en Buenos Aires, México, Caracas, Río de Janeiro y Bogotá. Además disponía de varios corresponsales que se ocupaban de otros países como Perú o Chile. Editoriales como Gustavo Gili, que se había internacionalizado antes de la Guerra Civil, potenció sus sedes en América Latina, e incluso comenzó a editar desde la sede argentina. A nivel agregado, podemos ver en el gráfico 1 que, desde los años cincuenta, la balanza comercial del sector editorial es positiva para España. Los datos cuantitativos muestran un despegue de las cifras de exportación en los años cincuenta, que se acentúa en los años sesenta, muy especialmente a partir de 1965. El comportamiento de la importación es totalmente distinto. Las cifras se mantienen estables hasta 1965, momento en el que crecen ligeramente, aunque mucho menos en la misma proporción que la exportación.

Así, los datos recogidos en el gráfico anterior nos permiten distinguir tres periodos claros en la evolución de la acción exterior del sector editorial durante la etapa franquista. Una primera etapa iría desde 1940 hasta 1950, caracterizada por cifras de exportación muy bajas, puesto que refleja los años más duros de la posguerra española. En ese momento las editoriales argentinas y mexicanas marcaban la pauta en el mercado del libro en castellano. Una segunda fase correspondería a la década siguiente, desde 1950 a 1960. La recuperación que se aprecia en esta etapa parece revelar que la paulatina normalización del país en términos productivos permitió a algunas editoriales retomar sus ventas en el exterior. Sin em-

⁴⁷ Aunque el conjunto del tejido no se había recuperado plenamente, España recuperó una posición importante en el sector editorial internacional en los años cincuenta, gracias a los esfuerzos individuales y a los contactos anteriores de algunos editores que les permitieron continuar su proceso de internacionalización, esfuerzos individuales de casas como Gustavo Gili, Salvat, Espasa Calpe, Aguilar o Editorial Labor. Sin embargo, es importante señalar aquí que en los años cincuenta no se asistió al nacimiento de sector editorial o al inicio de su proceso de internacionalización, las editoriales simplemente retomaron el proceso de internacionalización que la Guerra Civil había interrumpido. Sólo así se entiende la rápida recuperación en los rankings internacionales de la industria editorial española.

Gráfico 1
Exportación de libros (1940-1975)
(Cantidad en kilogramos)



Fuente: *Anuario Estadístico del Comercio Exterior de España*.

bargo, lo más llamativo del gráfico es, sin duda, el fuerte crecimiento a partir de 1965.

¿Qué factores condicionaron las estrategias de internacionalización de las editoriales? Una revisión de la evolución de la estrategia de estas editoriales nos permite señalar un elemento importante en la configuración de las mismas: la actuación de los gobiernos.

En Argentina, por ejemplo, las facilidades impuestas por el gobierno argentino en los años cincuenta beneficiaron la creación del tejido editorial. En concreto, el gobierno argentino potenció la obtención de créditos blandos, que se unió algunos años más tarde a la ayuda estadounidense a través del programa Alianza para el Progreso, por el que Estados Unidos subvencionaba a las editoriales argentinas para editar libros históricos, literarios y científicos. Las cantidades se entregaban como subvención a fondo perdido. Estados Unidos utilizó los libros como material útil, propagandístico, en la Guerra Fría. El país desarrolló un intenso programa de diplomacia cultural que tenía su eje central en la

traducción y distribución de libros americanos que reflejaban el “american way of life”. Inicialmente, el Book Translation Program se encargó de implantar esta estrategia, que desde 1952 se canalizaría a través de instituciones como el Franklin Book Program, financiado por el gobierno americano (alrededor del 30% de su presupuesto), donativos privados de personas individuales y las contribuciones de entidades sin ánimo de lucro como la Ford Foundation, Rockefeller Foundation o Twentieth Century Fund⁴⁸. Para América Latina, empero, Estados Unidos canalizó su ayuda educativa y cultural a través del programa Alianza para el Progreso. Entre los objetivos del proyecto estaba el apoyo a la alfabetización del continente, garantizar una educación primaria mínima de al menos seis años y modernizar y mejorar la enseñanza media y superior⁴⁹. En el plano puramente editorial, la ayuda se centraba en la asistencia técnica para edición e impresión y en la concesión de subvenciones, bien a la traducción de obras americanas, bien a la edición de autores nacionales cuyos libros eran considerados de gran valía por su contenido literario y/o científico. Los ejemplares de los libros subvencionados habían de ser distribuidos entre los países latinoamericanos. El programa también financiaba exposiciones de libros y congresos de editores y becaba a algunos de ellos para estudiar en Estados Unidos⁵⁰.

En México, el gobierno intervino en el sector editorial en varios sentidos. El Estado mexicano estaba y está muy presente en el mundo editorial de su país a través de dos instituciones: la Comisión Nacional

⁴⁸ Princeton University, Franklin Book Program Archives, Box 15, Folder 1. La confluencia de intereses políticos y comerciales queda patente si tenemos en cuenta que la entidad estaba dirigida por miembros de las más importantes editoriales americanas, como McGraw Hill, Harvard University Press, American Books, Pantheon Books, Macmillan o Houghton Mifflin.

⁴⁹ National Archives and Records Administration (NARA). Punta del Este Meeting. Department of State, Bureau of Inter-American Affairs Office of the Deputy Assistant Secretary. Entry: A13149. Subject Files 61-62.

⁵⁰ Entre 1952 y 1961, Estados Unidos concedió un total de 82 de becas a editores latinoamericanos para estudiar en el país. NARA, Memorandum for Dr. Morales Carrión, Coordinator of the Latin American Book Program, Department of State. Subject: Draft USIA/AID Agreement of Latin America Book Program. Department of State, Bureau of Inter-American Affairs, Office of the Deputy Assistant Secretary. Entry: A13149. Subject Files 61-62.

de Libros de Texto Gratuitos (CONALITEG) y el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA). La Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuitos se creó el 12 febrero de 1959, como organismo dependiente de la Secretaría de Educación Pública, asumiendo el gobierno mexicano la gestión y distribución de libros de texto gratuitos para enseñanza primaria. A través de esta entidad, el Estado marcaba los contenidos de los libros de enseñanza primaria, que tenían carácter de textos únicos. De 1959 a 1970, el Estado mexicano se encargó de la edición de los textos, que más tarde se imprimían en industrias privadas. Desde 1970, la Comisión de Pedagogía marcaría los contenidos de los libros, para su uniformidad, pero éstos eran editados por empresas privadas, a las que el Estado compraba la producción. Desde entonces, el sector de libros de texto ha tenido (y tiene) en México un gran mercado, aunque desde esta etapa, su comercialización se sometió a la intermediación gubernamental. La distribución de ejemplares pasó de 15 a 70 millones de pesos mexicanos entre 1959 y 1975, muestra de la gran demanda que tenía este tipo de libros⁵¹. Actualmente, los libros de primaria se producen en un 25% en talleres de la CONALITEG, mientras que el restante 75% corresponde a editores privados a los que la institución pública compra la producción. La CONALITEG se encarga de la distribución de todos los ejemplares. En libros de texto de secundaria el Gobierno marca los contenidos, y las editoriales presentan sus títulos dentro de esos requisitos. Posteriormente, la Secretaría de Educación Pública es la encargada de comprar a las editoriales. La otra entidad estatal con participación activa en el sector editorial es el CONACULTA, creada en 1988. Esta institución coedita el 80% de sus publicaciones con iniciativa privada, con amplia participación de las editoriales españolas y argentinas a través de sus filiales mexicanas.

Pero la implicación del Estado mexicano en el sector editorial no se limita a la actuación de esos organismos. La preocupación de los distintos gobiernos mexicanos por proteger la industria editorial de su país también ha llevado a establecer aranceles y prohibiciones de entrada a libros extranjeros en distintos momentos. En 1974 esta política proteccionista

⁵¹ *Communication et Langages* N° 33, Primer trimestre 1977, “Le Livre au Mexique”, AGA, Sección Cultura, Caja 87413.

tuvo un punto de inflexión importante. En 1972, una avalancha de importaciones editoriales alarmó a la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, el gremio de editores mexicanos. El país estaba inmerso en esa época en una política económica de Industrialización por Sustitución de Importaciones, lo que chocaba con el aumento exponencial de las importaciones desde el año 1970, que había provocado un déficit creciente en la balanza comercial del sector editorial mexicano. Si en 1970 las importaciones de libros a México habían sido de 220 millones de pesos y las exportaciones de 222 millones de pesos, para 1973, las importaciones ya ascendían a 700 millones de pesos, mientras las exportaciones se habían reducido a 200 millones de pesos⁵². En opinión del gremio, la entrada masiva de competencia extranjera encarecía el precio del libro mexicano y colocaba a la industria nacional en una situación de desventaja⁵³. Por consiguiente, la institución planteó al Gobierno Federal la necesidad de poner límites a la importación de libros⁵⁴.

Las medidas propuestas por los editores mexicanos consistían en restringir la importación de libros a un máximo de 1.500 ejemplares por título y establecer un permiso previo a la importación, un sistema por cupos a las librerías en función de las ventas en el último o en los dos últimos años. A los particulares se les impedía importar más de tres libros. Las universidades estaban exentas, pudiendo importar sin restricciones. Los fascículos o series, vendidos en muchas ocasiones por voceadores, tenían permitida la entrada hasta que concluyese la serie⁵⁵. La consecuencia más importante de la crisis, no obstante, fue el cambio de estrategia adoptado por algunas editoriales extranjeras. En el fondo, las medidas de protección a la industria editorial nacional obligarían a las editoriales extranjeras con importante volumen de venta en México a editar en el país, bien creando filiales propias, bien en colaboración

⁵² Datos de la Cámara Nacional de la Industria editorial Mexicana. AGA Sección Cultura caja 87413.

⁵³ *Novedades*, 18 de febrero de 1974. AGA Sección Cultura caja 87413.

⁵⁴ Fernández Moya, María, “Editores españoles a ambos lados del Atlántico”, *Historia del Presente*, 2008, vol. 12, II época, pp. 97-110.

⁵⁵ Los voceadores eran vendedores ambulantes que distribuían periódicos, revistas y otros productos editoriales. *El Sol de México* 26/2/1974 recogido en AGA Cultura 87413.

con algún socio. Es un efecto típico del proteccionismo sobre la inversión directa extranjera. Las bondades del sistema de edición local las anticipaba el Presidente de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana en 1973:

“La consecuencia lógica es que tendrá que haber una sustitución de todas aquellas obras que por su importancia requieran un tiraje mayor, lo que obligará a los editores que hoy nos venden centenas de millones de pesos de su producción, a venir a México a producir esos libros con los que se obtendrá un incremento para los talleres de artes gráficas, creación de nuevas plantas de trabajo que tanto necesitamos, aumento de los consumos de materias primas y dichos libros podrán ser exportados desde México en lugar de estar solamente recibéndolos”⁵⁶.

En España, la intervención gubernamental en el sector editorial tuvo dos ejes principales: la censura y el apoyo financiero. Para dirigir la política oficial, las publicaciones bibliográficas y coordinar las actividades del sector, el gobierno franquista creó el Instituto Nacional del Libro Español (INLE) con carácter de Organismo Autónomo dependiente de la Subsecretaría de Prensa y Propaganda del Ministerio de Gobernación. La institución fue creada por la Orden Ministerial de Gobernación el 23 de mayo de 1939 como “organismo central de consulta y dirección de todos los problemas relativos a la producción y difusión del libro español”. El apoyo al sector editorial por parte del gobierno franquista comenzó en teoría en 1946, cuando el gobierno publicó la Ley de Protección del Libro, con la que pretendía solucionar parte de los problemas que estrangulaban al sector, sobre todo la carestía y el difícil acceso al papel de calidad. A pesar de las buenas intenciones de la ley, su confusa reglamentación y la aplicación que hacían de ella los organismos encargados de su cumplimiento anulaban los teóricos beneficios.

El gran punto de inflexión llegaría en los años sesenta. A comienzos de la década, el Estado español se propuso impulsar la recon-

⁵⁶ El Presidente de la Cámara Nacional en entrevista a *Diorama de la Cultura*, 1974. AGA, Sección Cultura, Caja 87413.

versión del tejido empresarial español y, en último término, conseguir la plena industrialización del país. Las reformas se articularon a través de distintos instrumentos de política económica. Dos leyes tuvieron un papel central en ese proceso: la Ley de Industrias de Interés Preferente, de 2 de diciembre de 1963, y los Planes de Desarrollo (la primera normativa fue la Ley 194/1963, de 28 de diciembre). La industria editorial fue declarada de interés preferente en diciembre de 1963. Los artículos 16º y 17º de la Ley 194/1963 de 28 de diciembre por la que se creó el Plan de Desarrollo Económico y Social para el periodo 1964-1967 calificaban como sector prioritario a los efectos de la concesión del crédito oficial a la industria editorial. El desarrollo de las condiciones en que tales auxilios habían de ser prestados se realizó en las órdenes de Ministerio de Hacienda de 23 de julio de 1964 y del Ministerio de Información y Turismo de 26 de noviembre de 1964. Tras la calificación de prioritario, el Gobierno no dictó una nueva ley para el sector editorial. Una serie de decretos emitidos entre los años 1963 y 1971 vinieron a anular de hecho la ley de 1946, oficialmente vigente. Se trataba de un conjunto de normas que pretendían ser la solución a los problemas de la etapa anterior: importación de papel, exención del impuesto de utilidades, desgravación fiscal a la exportación, facilidades de financiación y reforma de las pólizas de seguros a la exportación. Estas medidas y los beneficios que generaron en el sector editorial español explican la trayectoria de las exportaciones españolas, que como vimos en el Gráfico 1 sufrió una evolución espectacular a partir de 1965.

En resumen, el papel de los distintos gobiernos es fundamental para entender el diseño de las estrategias empresariales desarrolladas por los editores en la etapa 1950-1973 (antes del periodo de concentración) en tres sentidos. En primer lugar, las condiciones económicas del país y las facilidades impuestas por los gobiernos condicionaban la facilidad de producción. En segundo lugar los aranceles impuestos a la entrada de libros extranjeros condicionaban la política de exportación. La censura que se instaló en los tres países en distintos momentos también determinó los catálogos. Todas estas políticas condicionaron las estrategias de internacionalización de los editores de los tres países. Las editoriales debían adaptarse a ellas si querían maximizar sus beneficios.

Conclusiones

Esta investigación muestra como en los años centrales del siglo XX los tejidos editoriales de Argentina, México y España se desarrollaron e iniciaron sendos procesos de internacionalización. Las cifras ofrecidas por el organismo internacional UNESCO verifican que estos países eran los tres centros editoriales del área lingüística en castellano. Aunque es necesario avanzar en la investigación con estudios de caso que permitan profundizar en el análisis microeconómico, este trabajo confirma que las editoriales de esos países se encargaron de trasladar los cambios en el sector editorial internacional al interior de su mercado. Las editoriales fueron especialmente eficientes desarrollando nuevos productos (libros de bolsillo y fascículos) y en su apuesta por nuevas estrategias comerciales, de distribución y marketing. Las editoriales apostaron por un proceso de internacionalización progresivo, siguiendo el modelo de la Escuela de Uppsala, tanto en la elección de mercados exteriores (cercanos en lengua y cultura), como en el carácter gradual de la estrategia. Casi todas las editoriales destacadas de los tres países iniciaron su proceso de internacionalización con exportaciones, continuaron con filiales comerciales y, finalmente, dieron el paso a filiales productivas.

El trabajo muestra también que la competencia entre los tres sectores editoriales era fuerte y un elemento decisivo fue el papel de los distintos gobiernos nacionales. Así, los tres países desarrollaron en distintos momentos políticas del apoyo a sus tejidos editoriales. Argentina en los años cincuenta fue muy activa en este campo, beneficiando el liderazgo asumido por sus editoriales dentro del área lingüística. El gobierno español franquista tomó el relevo a esas medidas en los años sesenta. Esas ayudas financieras, destinadas especialmente a la exportación de libros, impulsaron la internacionalización de las editoriales españolas de forma clara, estimulando también el ascenso del sector en los rankings internacionales. Los distintos gobiernos mexicanos han interferido en la trayectoria del sector editorial. De hecho, el FCE, la editorial más importante del país es paraestatal. Además dos instituciones CONACULTA y CONALITEG se ocupan de comprar y distribuir los libros de texto. Sin embargo, la política proteccionista que más benefi-

ció al tejido editorial mexicano fue tomada en 1974, cuando se pusieron barreras a la cantidad de los libros extranjeros que el país podía importar. Se fortaleció a partir de entonces la edición nacional.

Bibliografía

Aguado, Amalia, “La Consolidación del mercado interno (1956-1975)”, en de Diego, José Luis (dir.), *Editoriales y políticas editoriales en Argentina*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2006.

Cabrera, Mercedes, *La industria, la prensa y la política: Nicolás M^a de Urgoiti (1869-1951)*, Madrid, 1994.

Castellano, Philippe, *Enciclopedia Espasa: Historia de una aventura editorial*, Espasa Calpe, Madrid, 2000.

Communication et Langues N° 33, Primer trimestre 1977

Dalla Corte, Gabriela, y Espósito, Fabio, “Mercado del libro y empresas editoriales entre el centenario de las independencias y la Guerra Civil española y la Guerra Civil española: la editorial Sudamericana”, *Revista Complutense de Historia de América*, 36, 2010.

de Diego, José Luis, “La época de oro de la industria editorial (1938-1955)”, en de Diego, José Luis (dir.), *Editoriales y políticas editoriales en Argentina*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2006.

Díaz Arciniega, Víctor, *Historia de la casa: Fondo de Cultura Económica 1934-1994*, Fondo de Cultura Económica, México D.F., 1994.

Fernández Moya, María, “Creating Knowledge Networks: Spanish Multinational Publishers in Mexico”, *Business History Review*, Vol. 86, N° 1, 2012, pp. 69-98.

Fernández Moya, María, “Multinacionales del castellano. La internacionalización del sector editorial español”, *Revista de Historia Industrial*, vol. 40, N° 2, 2009, pp. 23-50.

Fernández Moya, María, “Editores españoles a ambos lados del Atlántico”, *Historia del Presente*, 2008, vol. 12, II época, pp. 97-110.

Giuliani, Alejandra, “La emergencia de estrategias editoriales colectivas en Argentina: El Primer Congreso de Editores e Impresores Argentinos (1938)”, *Primer Coloquio sobre la Historia de las Políticas Editoriales en la Argentina*, Museo de la Lengua y Dirección de Cultura

de la Biblioteca Nacional Mariano Moreno, Buenos Aires, 2 y 3 de Julio de 2015.

Gudiño Kieffer, Eduardo, *Losada: Gonzalo Losada, el editor que difundió el libro argentino en el mundo*, Dunken, Buenos Aires, 2004.

Jackson, Gregory, y Deeg, Richard, “Comparing capitalisms: Understanding institutional diversity and its implications for international business”, *Journal of International Business Studies*, Vol. 39, N° 4, 2008, pp. 540-561.

Johanson, Jan y Vhalme, Jan-Erik, “The mechanism of internationalization”, *International Marketing Review*, vol. 7, N° 4, 1990, pp. 11-24.

Johanson, Jan y Vhalme, Jan-Erik, “The internalization process of the firm: a model of knowledge development and increasing foreign market commitments”, *Journal of International Business Studies*, vol. 8, n° 1, marzo, 1977, pp. 23-32.

Johanson, Jan y Wiedersheim, Paul, “The internationalisation of the firm: four Swedish case studies”, *Journal of Management Studies*, vol. 12, N° 3, 1975, pp. 305-322.

Larraz Elorriaga, Fernando, “1938, año cero de la ‘Edad de oro de la edición argentina’. Política y cultura en la gestación de las editoriales Losada y Sudamericana”, *Primer Coloquio sobre la Historia de las Políticas Editoriales en la Argentina*, Museo de la Lengua y Dirección de Cultura de la Biblioteca Nacional Mariano Moreno, Buenos Aires, 2 y 3 de Julio de 2015.

Larraz Elorriaga, Fernando, “El mestizaje editorial: Las editoriales de los exiliados republicanos en América”, en de la Fuente Ballesteros, Ricardo y Pérez-Magallón, Jesús (eds.), *La cultura hispánica en sus cruces transatlánticos*, Universitas Castellae (Colección Cultura Iberoamericana), Valladolid, 2006, pp. 149-170.

López Llovet, Gloria, *Sudamericana: Antonio López Llausás, un editor con los pies en la tierra*, Dunken, Buenos Aires, 2004.

López Vega, Antonio, *Epistolario inédito, Marañón, Ortega, Unamuno*, Espasa Calpe, Madrid, 2008.

Martínez, Jesús A. (dir.), *Historia de la edición en España (1939-1975)*, Marcial Pons, Madrid, 2015.

Martínez, Jesús A. (dir.), *Historia de la edición en España (1836-1936)*, Marcial Pons, Madrid, 2001.

North, Douglass C., *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*, Cambridge University Press, Cambridge, 1990.

Olarra Jiménez, Rafael, *Espasa-Calpe: Manuel Olarra un editor con vocación hispanoamericana*, Dunken, Buenos Aires, 2004.

Román, Viviana, “Políticas editoriales y mercado: las microempresas y pymes editoriales en la Argentina de fines del siglo XX y principios del XXI”, *Jornadas sobre la Historia de las Políticas Editoriales en la Argentina*, Biblioteca Nacional-Museo del Libro y de la Lengua, 2 y 3 de julio de 2015.

Román, Viviana, “Las empresas de la industria editorial en Argentina a fines del XX. Orígenes y evolución”, texto inédito presentado en el *Segundo Congreso Latinoamericano de Historia Económica*, México D.F., Febrero 2010.

Sánchez Vigil, Juan Miguel, *Calpe: paradigma editorial (1918-1925)*, Editorial Trea, Gijón, 2005.

Scott, Richard W., *Institutions and Organisations*, Thousand Oaks, California, 1995.

Silva Herzog, Jesús Víctor, “Breve historia del Fondo de Cultura Económica”, en *Cuadernos Americanos*, N° 180, 1972, pp. 161-172.

Fuentes

“Anuario Estadístico de la Unesco”, publicados en *Courier*, julio 1972.

Anuario Financiero y de Sociedades Anónimas, 1940.

Cámara del Libro de Colombia. AGA Cultura Caja N° 73-000475.

Cámara Nacional de la Industria editorial Mexicana. AGA Sección Cultura caja 87413.

Centro de Estudios para la producción (CEP), *La Industria del Libro en Argentina, Secretaria de Industria, Comercio y Pequeña y Mediana empresa*, 2005.

Diorama de la Cultura, 1974, AGA, Sección Cultura, Caja 87413.

El Libro Español, tomo II 1970.

El Libro Español, Junio de 1970.

El Sol de México 26/2/1974 recogido en AGA Cultura 87413.

Estatutos de Espasa Calpe.

Información Comercial Española, 431 (1969), pp. 53-54.

“Las grandes corrientes del mercado hispánico”, *Courier*, Septiembre 1965.

“Le Livre au Mexique”, AGA, Sección Cultura, Caja 87413.

National Archives and Records Administration (NARA). Punta del Este Meeting. Department of State, Bureau of Inter-American Affairs Office of the Deputy Assistant Secretary. Entry: A13149. Subject Files 61-62.

Novedades, 18 de febrero de 1974, AGA Sección Cultura caja 87413.

Robert Escarpit, “La Revolución del libro”, *Courier*, Septiembre 1965.