

## Los editores españoles ante los mercados de lectura americanos (1900-1939)

Fernando LARRAZ ELORRIAGA\*

**H**ACIA FINALES DEL SIGLO XIX irrumpió los medios de comunicación

españoles un fuerte ímpetu americanista que produjo una renovada visión del continente americano y que pretendía acceder de manera privilegiada a los inmensos mercados que antaño controlara, al tiempo que propagaba la imagen de una hipotética comunidad en busca de sus señas de identidad intelectual. Si en el sistema mundial de comercio de ideas España era por entonces netamente importadora, América fue interpretada como la gran oportunidad de verter subsidiariamente los productos nacionales del intelecto. Con esta finalidad se propagó un perfil del continente americano como una comunidad intelectual aún virgen y, al mismo tiempo, como potencial consumidora de los productos de la antigua metrópoli, representando así una poderosa llamada para los empresarios de la cultura. Éstos se sintieron impelidos por una invocación a cumplir una doble misión, espiritual —“teniendo fija la mirada en nuestra actuación, de la cual depende que los países de lengua española entren en un brillante periodo de comunicación espiritual por medio del libro”<sup>1</sup> y económica —“los industriales y comerciantes que vivían del libro se dieron cuenta muchos años atrás, de que, en la Reconquista del mercado americano y en la intensificación de la producción editorial existía, como continúa existiendo, uno de los mayores veneros para la riqueza de España”.<sup>2</sup>

La consideración de los obstáculos que impedían la llegada de libros peninsulares a los lectores de ultramar y los modos de salvarlos acompañaron a la industria editorial española casi desde sus orígenes. En 1893, con motivo de la celebración del cuarto centenario de la llegada de Colón al continente americano, se había iniciado un constante recordatorio de las posibilidades de la expansión del libro español en las repúblicas hispanohablantes de América, llamada que acabó

\* Profesor en el Departamento de Filosofía Española, Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Autónoma de Madrid; e-mail: <fernando.larraz@uam.es>.

<sup>1</sup> *Proyecto de la Asociación de los Amigos del Libro*, Barcelona, Cámara del Libro Español, 1917, p. 10.

<sup>2</sup> Julio de Lazúrtegui González, *El libro español en América. Memoria del Centro de la Unión Iberoamericana en Vizcaya*, Bilbao, Viuda de Grijelmo, 1919, p. 32.

por convertirse en una especie de imperativo empresarial casi de tipo trascendental. De aquella conmemoración salió a la prensa el folleto de Rafael Gutiérrez Jiménez titulado *La producción literaria en España y el comercio de exportación de libros a América*, donde se ponían de manifiesto las insuficiencias del comercio exterior del libro español y la escasa competitividad de sus editores frente a los alemanes y franceses. Por entonces, abundaban en las librerías de Buenos Aires, La Habana o México libros en español impresos en París, Londres o Leipzig mientras escaseaban los editados en Madrid o Barcelona. Denunciaba el texto de Gutiérrez Jiménez que

la causa, pues, determinante de la victoriosa competencia que se hace a nuestros libros, no consiste en la mayor facilidad de producción del texto, ni en la economía absoluta de la reproducción de ejemplares: consiste exclusivamente en la gestión editorial. La industria de editar libros está inmensamente más desarrollada en el extranjero que en España: las empresas disponen allí de recursos que están en desproporción colosal con los nuestros, y sobre todo, la propaganda y distribución de ejemplares al alcance del comprador, cuenta allí con elementos de una magnitud incomparablemente superior a la nuestra. Ésta, y la falta de casas españolas que se dediquen preferentemente al negocio de exportación de libros, es la razón capital de que no vendamos libros en América.<sup>3</sup>

El diagnóstico que se hizo en fecha tan temprana acertó en general con el motivo fundamental del desfase competitivo, a saber, la desventaja industrial y organizativa de las empresas españolas. Los análisis posteriores coincidieron en la enumeración de las razones por las que España no era la primera potencia mundial del libro en español, así como en una crítica a los editores y a la escasa afición lectora de la comunidad hispanohablante. En 1919, por ejemplo, se advertía que el desarrollo técnico era el motivo de que España no pudiera competir en mercados que la lengua española podría hacer exclusivos:

El desenvolvimiento de las manufacturas, en su conjunto obra de ciencia, por el propio libro estimulada, había accionado sobre las actividades editoriales, originando singulares expansiones de su producción, lo mismo en calidad que en cantidad. Y de esa suerte, en el extranjero, se realizaban pingües negocios que, en el orden lógico de cosas, debía haber monopolizado, o poco menos, España.<sup>4</sup>

<sup>3</sup> Rafael Gutiérrez Jiménez, *La producción literaria en España y el comercio de exportación de libros a América*, Madrid, Manuel Tello, 1893, p. 8.

<sup>4</sup> De Lazúrtegui, *El libro español en América* [n. 2], p. 79.

Las fuerzas que atraían al libro español a América y las que simultáneamente lo retenían en Europa eran ambas de tipo económico, siendo la comunidad lingüística una ventaja frente a sus rivales que los editores españoles desaprovechaban por indigencia industrial, inaptitudes comerciales y desorganización empresarial así como por los elevados costes de producción. Tan simple como que “el libro español va a América porque en América, en la América de lengua castellana, tiene su mercado más extenso”<sup>5</sup> era que ese libro no echaba raíces en los lectores americanos porque era costoso, desconocido y escaseaba en los escaparates de las librerías. Tampoco al librero americano se le ponían facilidades para disponer de él con rapidez en caso de que un cliente lo solicitase, lo cual conllevaba que los lazos culturales con los autores y editores que en España aspiraban a ser atados al público americano no llegasen a estrecharse de manera satisfactoria. A pesar de todo lo anterior, los contactos entre intelectuales de ambos lados del Atlántico se fueron intensificando a partir de los últimos años de la década de 1920, con el consiguiente aprovechamiento lucrativo para muchos autores que publicaban sus artículos en periódicos hispanoamericanos o que cruzaban el océano para dictar cursos y conferencias.

Cierto es que en los primeros tres lustros del siglo xx se inició un proceso de tímida expansión del libro español en América. Hermandó, Sempere, Calleja, Biblioteca Nueva o Sopena llegaron a basar una parte considerable del volumen de sus negocios en la exportación de libros, sobre todo, del libro escolar. Con el colapso de los intercambios comerciales que la Primera Guerra Mundial causó a los países beligerantes, y la escasez productiva de las casas americanas, 1914 supuso una revelación de las formidables y desaprovechadas posibilidades de expansión comercial. Como recuerda el editor Manuel Aguilar, “algunos editores barceloneses advirtieron con rapidez la existencia de favorables posibilidades para reemplazar a los libros en español publicados por editoriales francesas y alemanas”.<sup>6</sup> Sin embargo, acabada la guerra, las cosas volvieron al punto en que se encontraban en 1914.

A partir de entonces, se fueron sucediendo los libros, artículos, folletos, capítulos, memorias y ensayos sobre el libro español en América, sobre todo entre 1920 y 1932. En ellos se exponían los problemas, las propuestas y los motivos que convertían a España en la única aspirante razonable a ser inspiradora de la identidad cultural america-

<sup>5</sup> Rufino Blanco Fombona. “El libro español en América”, en *El libro español*. Barcelona. Cámara Oficial del Libro de Barcelona, 1922. p. 168.

<sup>6</sup> Manuel Aguilar Muñoz, *Una experiencia editorial*. Madrid. Aguilar. 1964. p. 164

na, entre los cuales figura el de ser la única productora a gran escala de libros entre las naciones hispanohablantes.<sup>7</sup>

En este contexto posee particular importancia la polémica que desató el editorial “Madrid, meridiano intelectual de Hispanoamérica”, aparecido en *La Gaceta Literaria* de Madrid, el 1º de abril de 1927. En estas líneas, cuya autoría pertenece a Guillermo de Torre, por entonces uno de los mejores conocedores en Europa de las realizaciones literarias americanas, éste se declaraba contrario a cualquier actitud anexionista, enfrentando su criterio muy específicamente a las ansias hegemónicas de Francia en el área. El modelo que propugnaba, por contraste, estaba basado en un acercamiento no colonialista, en igualdad de dignidad para las creaciones culturales, que despintara las fronteras intelectuales entre los países hispanohablantes. Una aproximación que contradecía los resultados de la moda americanista en España, que De Torre consideraba estériles:

¿De qué ha servido tamaño estruendo verbalista, cuál ha sido, en el orden práctico, su utilidad inmediata, si nuestra exportación de libros y revistas a América es muy escasa, en proporción con las cifras que debiera alcanzar, si el libro español, en la mayor parte de Sudamérica, no puede competir en precios con el libro francés e italiano; y si por otra parte, la reciprocidad no existe?<sup>8</sup>

Puede colegirse que acaso las intenciones de Guillermo de Torre no fueran tan nobles como él afectaba, sino que encerraban intereses mercantiles de los que el autor podía ser más o menos consciente. El hecho incontestable es que la supresión de barreras entre España e Hispanoamérica, en caso de producirse, no estaba orientada a beneficiar a

<sup>7</sup> Sirvan sólo como ejemplos los siguientes: Rodrigo Zárate, “El problema del libro en América”, en *España y América: proyecciones y problemas, derivados de la guerra*, Madrid, Casa Calleja, 1917; De Lazúrtegui, *El libro español en América* [n. 2], José Venegas, *Los problemas del libro en lengua castellana*, Madrid, Galo Sáez, 1931, Juan Roldán y Ocariz, *Notas sobre el libro español en América*; Rafael Altamira, “La defensa del libro español”, en *La política de España en América*, Valencia, Edeta, 1921; Leopoldo Calvo Sotelo, *Memoria sobre el libro español en América*, Madrid, Consejo Superior del Trabajo, Comercio e Industria, 1927; “El libro español en América del Sur”, *Bulletin de la Maison du Livre Français* (mayo de 1930); Emilio Boix, *El libro español en Argentina*, Madrid, 1920; Blanco-Fombona, “El libro español en América” [n. 5]; A., “El libro español en América: la perspicacia de nuestros editores”, *La Publicidad* (14 de febrero de 1920); Enrique Domínguez, “El comercio de libros en Hispanoamérica”, *Gaceta de España* (mayo de 1929); así como numerosos artículos y notas en el *Boletín de las Cámaras Oficiales del Libro de Madrid y Barcelona*.

<sup>8</sup> [Guillermo de Torre], “Madrid, meridiano cultural de Hispanoamérica”, *La Gaceta Literaria* (Madrid), núm. 8 (15 de abril de 1927), p. 1.

ambas partes por igual. El artículo suscitó una prolongada polémica entre *La Gaceta Literaria* y diversas publicaciones americanas, sobre todo el *Martín Fierro* que acusó de pretender un neocolonialismo cultural y de buscar la anulación de la identidad americana. Tales suspicacias sólo pueden explicarse en el contexto de una discusión acerca del ascendente cultural de España que se hallaba en pleno vigor y bien nutrida de ideas y razones encontradas. De hecho, el debate acerca de la influencia espiritual de España en América tiene en los años veinte una vigencia que no había tenido desde la emancipación de las repúblicas americanas.

La conservación e incluso fortalecimiento de la unidad cultural peligraba por el creciente acercamiento de las clases intelectuales de los países americanos a civilizaciones lingüísticas extrañas como la estadounidense o la francesa, al tiempo que se desarrollaba en varios frentes sociales un sentimiento desfavorable a la cultura y sociedad españolas, a las que se veía decadentes. Esto implicó que la reivindicación de ciertos privilegios culturales por diversos publicistas españoles fuera vista a menudo desde América como el establecimiento forzoso de una tutela no pedida. Sin embargo, a pesar de la influencia francesa, la presencia cultural de España en América se mantuvo constante hasta la Primera Guerra Mundial, e incluso tuvo una profunda revitalización a partir de la fundación en 1914, en Buenos Aires, de la Institución Cultural Española.

En cualquier caso, todo acercamiento cultural y toda apertura de barreras como la que reivindicaba Guillermo de Torre en su editorial tenían importantes implicaciones económicas. No pasaba desapercibido a los editores españoles el hecho de que este proceso no se iba a hacer en igualdad de oportunidades y que la industria editorial española podía beneficiarse sustancialmente de algo que, desde hacía décadas, había considerado un patrimonio expoliado por otros editores europeos.

Abrir mercados e América se fue convirtiendo paulatinamente en todo un discurso articulado en torno a dos ideas centrales. Por un lado, se aludía a los mercados transatlánticos como inexcusable requisito de supervivencia para el sector español del libro, condenado de otra manera a proporcionar lectura a una población masivamente analfabeta y con escasos recursos económicos para adquirir bienes superfluos. Por este motivo se lee en el *Boletín de las Cámaras Oficiales del Libro Madrid y Barcelona* que en "España no hay verdadero mercado del libro. Esta privilegiada mercancía ha de ir a buscarla fuera de nuestro solar. América es indudablemente hoy la única salvación de mo-

mento del profesional y del industrial del libro, del escritor, autor y del editor".<sup>9</sup> La segunda idea motriz que articuló el discurso de los editores afirmaba que esta conquista mercantil poseía una legitimidad que excedía el mero interés empresarial, de manera que se hizo pasar la necesidad comercial (entendiendo aquí "necesidad" por "indigencia") por necesidad histórica (entendiendo aquí "necesidad" por "predestinación"). Se apelaba así a derechos casi trascendentales e irrenunciables que España había de gozar sobre las antiguas colonias, desdeñando en cierta manera las consecuencias de los procesos de emancipación que habían tenido lugar un siglo antes. Desde este punto de vista, la venta de libros franceses o alemanes en español en territorios de Hispanoamérica no dejaba de ser una usurpación, una enajenación de una parte del patrimonio español por naciones extranjeras, lo cual no podía dejar de afectar al honor nacional. A veces esta convicción se manifiesta de modo bastante expreso:

Es deber ineludible de las Cámaras Oficiales del Libro no perder de vista un solo instante el mercado extranjero, especialmente el de Ultramar, donde, por derecho propio que nos otorgó nuestra historia, nuestro abolengo, nuestro idioma y nuestra sangre, debemos tener y no perder el preeminente puesto que reclaman el pensar, el sentir y el querer de España y de aquellas simpáticas Repúblicas, partes de un todo cuya alma es gemela a la nuestra, porque de ella trae su origen.<sup>10</sup>

Resulta, desde luego, tremendamente llamativo cómo se han transformado los discursos o, más bien, cómo se han revelado sus desviaciones ocultas. El interés espiritual de destruir barreras ideológicas e identitarias, en nombre de un supuesto cosmopolitismo hispánico, era susceptible así de una expresión mucho más descamada y menos sutil en la que se mostraban supuestos derechos naturales de tutelaje y dominación. Llama la atención que esta radicalización del pretexto intelectual coincidiese con una alarmante agravación de la urgencia con que los editores españoles necesitaban a los lectores americanos. Esto ocurrió después de constatar que el desarrollo de la industria editorial no se había correspondido con una elevación de los niveles culturales y adquisitivos de los españoles. Por otra parte, entre 1914 y 1931, los editores y la organización patronal de la Cámara perfeccionaron una retórica que consistía en apelar repetidamente al valor espiritual del libro para garantizar a su mercancía una protección de los poderes

<sup>9</sup> Xavier Cabello Lapiedra, "La expansión del libro español", *Boletín de las Cámaras Oficiales del Libro de Madrid y Barcelona*, núm. 3 (marzo de 1928), p. 30

<sup>10</sup> *Ibid.*

públicos que la singularizase frente al resto de productos, hábito que, ante las dificultades para competir con otras industrias europeas del libro, utilizaron para espolear a los editores españoles. Pero estas apelaciones también estaban dirigidas a las autoridades gubernamentales, de las que se demandó continuamente un apoyo mediante primas a la exportación, subvención de exposiciones, creación de un sindicato oficial del libro, presión para la eliminación de barreras proteccionistas...

El área de países americanos de habla hispana no fue vista sólo como un mercado donde colocar los libros producidos en España, sino también como un yacimiento de autores de interés, muy desconocidos en España y en Europa y aun en los demás países de Hispanoamérica, pero cuyos libros no carecían de calidad literaria y otros atractivos suficientes para encontrar un público. Por eso, el número de autores americanos que vieron aparecer su obra en editoriales españolas creció expresivamente a finales de los años veinte. Entre ellos destacaba el numeroso grupo de autores americanos que habían cruzado el Atlántico desde principios de siglo, encontrando en España oportunidades de publicación e incluso un cierto éxito de ventas y habían acabado estableciéndose aquí. Son los casos de Alberto Ghirardo, Alfonso Hernández-Catá, Rosa Arciniega y Rufino Blanco Fombona. Hubo también autores, como Carlos Reyles, que despertaron gran interés en España. Su novela *El embrujo de Sevilla* motivó admiradas críticas de Unamuno, Azorín y Pérez de Ayala. Otros, como Hugo Wast (*Alegre*, Fernando Fe, 1905) y Enrique Larreta (*La gloria de Don Ramiro*, Victoriano Suárez, 1908), fueron pioneros de la publicación en España. Sin embargo, existía un amplio desinterés por la obra de la mayoría de grandes autores americanos. Esta indiferencia por el despertar cultural y literario de América Latina se fue paliando a partir de finales de la década de los veinte, coincidiendo con la expansión de la industria editorial española. A la altura de 1933, Guillermo de Torre afirmó que

la literatura hispanoamericana puede jactarse ya del interés legítimo que ha sabido despertar con algunas de sus modernas obras capitales en los medios cultos de Europa y, muy especialmente, en España. La falta de intercomunicación que hace años existía va siendo corregida felizmente, y a ello contribuyen en primer término las editoriales españolas que incluyen en sus publicaciones libros hispanoamericanos de modo cada vez más frecuente y numeroso.<sup>11</sup>

<sup>11</sup> Guillermo de Torre, "Esquema panorámico de la literatura hispanoamericana", en *Doce monografías sobre el libro español*, Buenos Aires. Ediciones de la Exposición del Libro Español en Buenos Aires, 1933, p. 124

Como expresa la cita precedente, la atención a los autores americanos que los editores españoles venían estimulando desde hacía algún tiempo, se intensificó en los años veinte. Entonces fueron publicadas obras de reciente éxito en América, como *Raza de bronce* (Prometeo, 1923; la primera edición había sido de 1919), de Alcides Arguedas, así como varias obras de Manuel Gálvez. A partir de 1927, inicio de un auge editorial, esta presencia de las letras americanas en las editoriales españolas comenzó a tener una porción cada vez mayor frente a los autores españoles y las traducciones, y aparecieron impresos en España varios hitos de la literatura hispanoamericana reciente: *Los de abajo* (Rivadeneira, 1927), de Mariano Azuela, que a pesar de ser una obra publicada en 1910 no había obtenido la atención del público mexicano hasta 1925; *Don Segundo Sombra* (Espasa-Calpe, 1930), de Ricardo Güiraldes, que había sido editada en Argentina por primera vez sólo cuatro años antes; y *La vorágine* (Manuel Aguilar, 1932), de José Eustacio Rivera, ocho años después de su primera edición. Y, sobre todo, se publicaron en España las primeras ediciones de algunas de las obras más importantes de los años treinta como *Doña Bárbara* (Araluce, 1930), de Rómulo Gallegos; *Leyendas de Guatemala* (Oriente, 1930), de Miguel Ángel Asturias; *El tungsteno* (Cénit, 1931), de César Vallejo; *Las lanzas coloradas* (Zeus, 1931), de Arturo Uslar Pietri; *Ecué-Yamba-O* (Rivadeneira, 1933), de Alejo Carpentier... Otro ejemplo de este inusitado interés es la creación de las primeras colecciones especializadas como *Clásicos de Hispanoamérica*, de la Compañía Iberoamericana de Publicaciones (CIAP).

Esta creciente simpatía por las literaturas americanas que promocionaron algunas editoriales vino acompañada de un incremento de estudios críticos e históricos acerca de las letras hispanoamericanas del que fueron precursores figuras de la cultura española del momento como Guillermo de Torre, Enrique Díez-Canedo o Benjamín Jamés, que se responsabilizaron de secciones de crítica literaria americana en publicaciones periódicas españolas.

Hasta la Guerra Civil española, la esperanza de los autores americanos de adquirir una voz que se oyera más allá de su inmediato entorno pasaba por encontrar un editor español, incluso aunque esto supusiera una merma de sus beneficios económicos. El caso de la gran novela de Rómulo Gallegos, *Doña Bárbara*, que acabó por convertirse en una victoria editorial en España, tanto por el número de ventas como de crítica, es representativo en este sentido:



El 15 de febrero de 1929 [...] aparece *Doña Bárbara* con pie de imprenta de Araluce, Barcelona. El novelista había costado la edición, porque el editor no quería arriesgarse con un autor desconocido. A cambio del precio estipulado, le entregó la mayor parte de la edición a Gallegos para que éste se resarciera vendiéndola en Venezuela. Las críticas son favorables a esta obra [...] En septiembre de ese mismo año, el fallo de un jurado nombrado por la asociación del Mejor Libro del Mes, fundada en España, favorece con su voto a *Doña Bárbara*. Esto equivale a un lanzamiento fulgurante [...] La novela premiada se agotó en poco tiempo. Resulta obvio señalar que la actitud de Araluce cambió y que tomó a su cargo, desde entonces, no sólo las reediciones de *Doña Bárbara*, sino la publicación de sus novelas ulteriores.<sup>12</sup>

La expansión de la industria del libro español en América se vio aplazada durante muchos años, a pesar de la llegada por correo de pequeñas cantidades de volúmenes. Las multiplicadas relaciones de impedimentos e insuficiencias y el reconocimiento de las dificultades para estabilizar el comercio con América no bastaron para evitar que se señalase muy habitualmente la desidia industrial como la razón principal que impedía desarrollar un comercio cada vez más imprescindible, dado el excedente de producción librera de España. Los editores se preocupaban por hacer llegar sus envíos y, muy ocasionalmente, por promocionar sus ediciones entre el público y los libreros, pero, a pesar de las llamadas de atención de las Cámaras del Libro y del ejemplo de otras naciones exportadoras, no fueron capaces de unificar sus esfuerzos a fin de optimizarlos hasta poco antes de la Guerra Civil, lo cual provocaba que el valor del comercio exterior del libro español se difuminara en la inanidad de los esfuerzos individuales. Esto es lo que venía a decir Julián Martínez Reus, presidente de la Cámara Oficial del Libro de Madrid en 1928, cuando defendía la propuesta de un sindicato editorial “para organizar nuestra venta en España y, sobre todo, en América”. Al ser preguntado sobre las sucursales que estaban comenzando a establecerse y otras tentativas individuales de determinados editores, denunciaba que “no conducen sino a demostrar lo inútil del invento. Todo lo que no sea una acción colectiva, amplia y ordenada es ir al fracaso más rotundo”.<sup>13</sup>

<sup>12</sup> Juan Liscano, *Rómulo Gallegos y su tiempo*, Caracas, Monte Ávila, 1969, pp. 94-95.

<sup>13</sup> Pedro Massa, “Hablando con el presidente de la Cámara Oficial del Libro”, *Boletín de las Cámaras Oficiales del Libro de Madrid y Barcelona*, núm. 9 (septiembre de 1928), p. 99.

Ahí radica la causa de la impotencia de los editores madrileños y barceloneses ante la gran oportunidad de convertirse definitivamente en la principal potencia exportadora del libro en español que la Guerra Mundial del año 14 les ofreció. De hecho, entre 1914 y 1919 la competencia francesa y alemana en América se desvaneció casi por completo. Sin embargo, las editoriales españolas se convirtieron en víctimas indirectas de la conflagración y no en beneficiarias de la misma. La exigua capacidad de autoabastecimiento de papel y el escaso desarrollo en la fabricación de maquinaria hacía que el libro español dependiese de la extenuada y encarecida producción de los países en guerra. A esto se sumaba la torpeza de la economía española para transformar sus estructuras industriales exprimiendo la bonanza económica, todo lo cual vedó al libro español las perspectivas comerciales que la guerra mundial planteó a otros sectores.

A pesar del difícil ambiente para la industria editorial española durante el periodo de guerra, cundió una manifiesta conciencia de las fabulosas expectativas que en el medio plazo podía ofrecer el desarrollo cultural de las jóvenes repúblicas americanas y la previsible inhabilitación de las potencias editoriales tradicionales para satisfacer esta demanda. Pudo más, en cambio, la inmadurez de la industria española, temerosa de realizar grandes inversiones a largo plazo, demostrando el editor español carecer de la suficiente capacidad de riesgo empresarial para renovar sus desacertados hábitos comerciales. Se sucedieron a partir de entonces las críticas a los editores en todos los medios y por muchos autores. Un artículo de *La Publicidad* de Barcelona, por ejemplo, así lo denunciaba:

Cuando durante los años de guerra, en mis charlas con los editores, les hacía observar la ocasión propicia para conquistar el mercado de libros en América, todos, como puestos de acuerdo, tenían la misma contestación: —Por ahora, no es posible hacer nada... El papel está caro... El alza alcanza en el precio de ésta y otras materias imprescindibles en la industria editorial, era grande en efecto. Sin embargo, un sacrificio económico entonces hubiera asegurado la prosperidad futura del negocio y hubiera abierto a los escritores un amplio horizonte de vida. Las grandes máquinas de las casas extranjeras más conocidas permanecían ociosas y aquel mercado estaba completamente abandonado. —Es preciso que España nos envíe sus libros se leía en la Prensa de las Repúblicas latinas. Pero todas estas llamadas fueron desoídas. Poco orientados en la organización de venta aquí en nuestro país, los editores no vieron o no quisieron ver el valor que tenía para nuestra riqueza material y moral aprovechar aquellos momentos. Ha terminado la guerra, ha bajado el precio del papel y aún domina entre las

personas que se dedican a la industria mencionada un criterio mezquino. Se contentan con ir vendiendo poco a poco sus ediciones ridículamente reducidas. Exponiendo un capital escaso se pretende obtener intereses crecidos.<sup>14</sup>

De entre los obstáculos no atribuibles, al menos directamente, a los editores seguramente el principal fue el de los impagos. Biblioteca Renacimiento y Calleja, dos de las editoriales que más pronto invirtieron grandes sumas de capitales para establecerse en América, los sufrieron con especial gravedad. Muchas veces el origen de estos impagos era la incuria de los editores españoles al no cerciorarse de las garantías que el librero americano (que muchas veces ni siquiera era librero) podía ofrecerle. Este problema se agudizó cuando, tras la crisis económica de los mercados de 1929, algunas repúblicas prohibieron los pagos monetarios a empresas extranjeras.<sup>15</sup>

Otra evidencia de las limitaciones comerciales del editor español estuvo en el hecho de que tanto se repitió el tópico de la comunidad cultural hispanoamericana que no se atendió a las diferencias en el gusto literario que existían entre los lectores hispanohablantes de uno y otro lado del océano. En los años veinte, Francia y España, pero también Inglaterra y Alemania, intentaban abrirse un hueco entre las que se consideraban a sí mismas élites culturales de las sociedades americanas. Esta necesidad de expansión del espíritu español por el bien de todos (también de los exportadores e importadores del libro), a menudo era defendida por americanos establecidos en España. Sirvan como ejemplo las palabras de uno de estos intelectuales, tal vez el más conocido en su época, el exiliado venezolano Rufino Blanco Fombona: “Los hijos de América compran y comprarán tanto más las obras españolas, cuanto más cerca esté el espíritu de los americanos del espíritu español”.<sup>16</sup> Lo cierto es que el acercamiento fue entendido como imposición de gustos y patrones estéticos, por lo que la penetración del libro español en América se hizo a menudo sin un análisis serio del mercado americano de la lectura. El desconocimiento llevó a algunos editores a practicar una política comercial expansiva, convencidos de que cualquier producto bueno para el público español había de serlo también para el público americano. De esto se quejaba el redactor de *La Gaceta Literaria*: “Da la impresión de que algunos editores lanzan libros

<sup>14</sup> A., “El libro español en América: la perspicacia de nuestros editores” [n. 7], p. 3.

<sup>15</sup> Ana Martínez Rus, *La política del libro durante la Segunda República*, Gijón, Trea, 2003, p. 321.

<sup>16</sup> Blanco Fombona, “El libro español en América” [n. 5], p. 174.

para la exportación, cuantos más, mejor, sin estudiar de antemano las razonables posibilidades de salida. Yendo más lejos en esta conjetura, diríase que aspiran a crearse un fondo editorial sin grandes dispendios, apelando al socorrido recurso de hacer envíos espontáneos a cuanta librería americana existe".<sup>17</sup>

Por otra parte, la inestabilidad social y económica de algunas repúblicas americanas y su política proteccionista hicieron que la exportación de libros fuese en ocasiones muy cara, si no imposible. La revista madrileña *Nosotros* denunció, por ejemplo,

que el gobierno venezolano, para dar al mundo una prueba más y más categórica de su estupidez, ha tenido la feliz idea de prohibir la entrada de libros en el país. Las oficinas de correos decomisan implacablemente todos los paquetes postales que contienen libros como no sean libros de texto. Las editoriales españolas están recibiendo constantemente noticias del decomiso de sus envíos.<sup>18</sup>

En Argentina tuvo una gran repercusión pública el conflicto de Espasa Calpe con las autoridades ya entrados los años treinta.

Pero posiblemente el más grave quebranto para los editores y autores españoles lo constituyó la proliferación en América de ediciones fraudulentas, que hacían un considerable negocio. Estas ediciones se hacían al amparo de la impunidad con que a los falsificadores de libros les permitían actuar las autoridades americanas y de la indolencia por mejorar las organizaciones y métodos de exportación española. José Venegas explicaba el proceso por el que llegaban los ejemplares editados clandestinamente a manos de los lectores:

El servicio de novedades es muy reducido, porque en esos países toda la economía tiene índices más altos que en España, y la recepción de libros que no han de venderse y su devolución consiguiente causan gastos considerables, muy considerables en relación con el valor en pesetas de la mercadería. De aquí que falte siempre el libro solicitado. El librero no se decide a pedir más ejemplares porque ha de tardar seis u ocho semanas en recibir la obra pedida y corre el riesgo de que entonces no exista demanda para ella. De esto nacen las editoriales fraudulentas, que en la mayoría de los casos responden a la falta en el país de un libro que el público está pidiendo.<sup>19</sup>

<sup>17</sup> *La Gaceta Literaria* (Madrid), núm. 55 (1º de abril de 1929), p. 8.

<sup>18</sup> "Los libros en Venezuela", *Nosotros* (Madrid), núm. 3 (15 de mayo de 1930), p. 12.

<sup>19</sup> Venegas, *Los problemas del libro en lengua castellana* [n. 7], p. 93. Con parecidas palabras, Rufino Blanco Fombona había llamado ya la atención sobre el problema: "El

Esto suponía al editor español la imposibilidad de hacer rentable un éxito editorial en América mientras que, para el escritor, implicaba la negación de unos suculentos ingresos en concepto de derechos de autoría. Hasta 1922, la causa de este perjuicio radicaba en la inexistencia de tratados de protección a la propiedad intelectual y, después de ese año, en su incumplimiento. Si bien el establecimiento de redes eficaces de difusión del libro en América habría podido paliar este daño, la impunidad de las ediciones ilegales (al igual que, ocasionalmente, sigue ocurriendo hoy) impidió obtener mayores beneficios de los nuevos mercados. Ana Martínez Rus pone ejemplos de obras que en ediciones legítimas costaban 2.50 pesos argentinos, mientras que la edición fraudulenta podía costar una quinta parte o menos.<sup>20</sup>

No obstante, la cuestión de la protección legal sobre las obras escritas fue sometida a fuerte debate y, a partir de los años treinta, la legislación existente comenzó a ser observada más rigurosamente. Las soluciones que con mayor o menor éxito se fueron imponiendo, consistían en mejorar las comunicaciones, disminuyendo los plazos de envío, aplicar los tratados vigentes y abaratar los costes de producción para rebajar el precio de venta. El Tratado de Montevideo intentó resolver las complicaciones que para el comercio internacional tenía la disparidad de legislaciones en torno a algo tan impreciso como el disfrute de la propiedad intelectual. Su artículo segundo establecía que las obras gozarán de los derechos que les brindan los países en que tuvo lugar su primera edición, aconsejando a los gobiernos avanzar legislativamente en este sentido. La ventajosa situación legal del autor en España respecto a Argentina y otras repúblicas benefició a los editores españoles y otorgó a los autores americanos un argumento más para buscar contratos con casas españolas en detrimento del editor compatriota, como denuncia una importante publicación literaria argentina: “Podrá darse el caso absurdo de que un editor español, por ejemplo, goce en nuestro país de protección sobre una obra del domi-

editor de Madrid o de Barcelona envía a un librero, digamos de Santiago de Chile, cinco, o diez, o veinte o cien ejemplares de los títulos que publica. Por cualquier circunstancia, alguno de aquellos libros corre fortuna. El librero vende sus cinco, o diez, o veinte, o cien ejemplares. El público continúa solicitando el libro. El librero no pide a España nueva remesa de aquella obra. Sabe que pasarán uno, quizá dos meses, antes de que la obra llegue, y ya el entusiasmo del público puede haberse localizado en otro objeto. Entonces aparece el defraudador, saca a la luz una edición y realiza negocio bastante innoble pero bastante productivo”, Blanco Fombona, “El libro español en América” [n. 5], p. 182.

<sup>20</sup> Ana Martínez Rus, “La industria editorial española ante los mercados americanos del libro: 1892-1936”, *Hispania*, LXXII (2002), p. 1035.

nio público, cuyo autor sea argentino, y que todos los editores argentinos estén impedidos de publicar la misma obra".<sup>21</sup>

Los editores generalmente justificaban las deficiencias de su comercio exterior por las desventajas competitivas de la industria editorial española tales como el precio del arancel del papel, el coste de la mano de obra en España y el elevado precio de la peseta. Sin duda, éstos eran los tres factores que más gravaron la competitividad del libro español en América. El *Boletín de las Cámaras Oficiales del Libro de Madrid y Barcelona* enfatizaba con cierta frecuencia la importancia de los dos últimos:

Nunca hemos oído que el obrero español esté disfrutando de salarios mayores que el francés o el alemán, aun cuando su situación económica sea, como regla general, privilegiada respecto a otros oficios. Tal vez el elemento que predomina en el coste del libro sea el papel, materia prima de la que los editores extranjeros disponen en condiciones más económicas que los españoles. No creemos tampoco que los agentes y dependientes de librería reciban sueldos muy elevados, sino los corrientes en la vida comercial. En cambio, el valor de nuestra moneda en relación con el franco y la lira sí ha contribuido a dificultar la colocación de nuestras ediciones.<sup>22</sup>

Asimismo, se quejaban a menudo de malas comunicaciones de correos que, además, como hemos dicho anteriormente, resultaban muy caras. Por otra parte, el problema de la concentración de la demanda, similar al que se tenía en España, hacía que grandes áreas con importante volumen de población tuvieran públicos casi inexistentes, lo cual se agravaba por ser regiones muy remotas y mal comunicadas.

Los pasos que daban las empresas editoriales españolas a fin de asentarse en América se iniciaban invariablemente con el envío de representantes que pudieran percibir las orientaciones de la demanda sobre el terreno, así como establecer contactos con libreros americanos y realizar venta de obras. Este modelo de exportación mediante viajes comerciales suponía habitualmente un paso previo a la apertura de sucursales o almacenes y el establecimiento de una representación permanente, etapas de la expansión comercial que otras potencias editoriales (sobre todo, la francesa) habían cubierto hacía ya algunos años. Así, Espasa-Calpe no abrió hasta 1926 una sucursal en Buenos Aires, que siempre era la primera puerta hacia otros países. Para 1929, la

<sup>21</sup> "Sobre la reforma de la ley de propiedad intelectual", *La Literatura Argentina*, núm. 33 (mayo de 1931), p. 276.

<sup>22</sup> "El libro español en América del Sur", *Boletín de las Cámaras Oficiales del Libro de Madrid y Barcelona*, núm. 6 (junio de 1930), pp. 141-142.

casa tenía representación permanente en La Habana, Ciudad de México y Santiago de Chile.

El establecimiento de sucursales en América precisaba de unas condiciones muy determinadas, la primera de las cuales era un costo del dinero lo suficientemente bajo como para favorecer la inversión. Frente a esta necesidad, en los años veinte y treinta los tipos de interés en Argentina estuvieron entre 7 y 11%. La aceleración económica de España impulsó el tipo de interés, frente a las potencias que habían participado en la guerra, que se vieron en una situación muy favorable.<sup>23</sup>

Algunos de los pioneros en abrir mercados americanos para la exportación del libro español fueron José Ruiz-Castillo, Manuel Aguilar, Julián Urgoiti y Joaquín de Oteyza. Este último, como representante de Sopena, hizo en 1926 el mayor recorrido por América hasta entonces realizado: Cuba, Venezuela, Colombia, Panamá, Ecuador, Perú, Chile, Bolivia, Puerto Rico, México, Guatemala y Estados Unidos, lo que llevó el libro español a mercados que superaban los tradicionales destinos de exportación que eran, por este orden, Argentina, México, Cuba y Chile. Su eficiencia como representante supuso un gran éxito de ventas para Sopena, que obtuvo pedidos para librerías por una estimable cantidad que superó el millón de pesetas de la época. En su segundo viaje, en 1928, llevó la representación de otras casas como Pueyo, Gili, Sociedad General Española de Librería (SGEL), Compañía Iberoamericana de Publicaciones (CIAP), Voluntad, Reus, Mundo Latino... a Argentina y sólo de Sopena a otras repúblicas, lo que manifiesta el éxito de su empresa.<sup>24</sup>

Ya a finales de 1929, el periodista y editor de izquierdas José Venegas había sido enviado a Argentina como representante de la CIAP.<sup>25</sup> Pocos años después escribió en su libro *Los problemas del libro en lengua castellana* que “el libro hispánico necesariamente ha de ser español”,<sup>26</sup> sin que por ello exista menoscabo para las letras americanas. Más bien se trataba, para él, de una suerte de determinismo histórico (“esto no obedece a un azar”), del que se beneficiarían el resto de naciones hispanohablantes. El tópico del meridiano intelectual, como vemos, fue un pretexto idóneo que no acabó en el artículo de 1927 y en la polémica que inmediatamente le siguió.

<sup>23</sup> Aguilar Muñoz, *Una experiencia editorial* [n 6], pp. 127-128.

<sup>24</sup> Alfonso Mangada y Jesús Pol, *Libreros y editores (1920-1960) Joaquín de Oteyza biografía de un empresario del libro*, Madrid, Paraninfo, 1997

<sup>25</sup> José Venegas, *Andanzas y recuerdos de España*, Montevideo, Feria del Libro, 1943, pp. 163-164.

<sup>26</sup> Venegas, *Los problemas del libro en lengua castellana* [n 7], p. 31

El periplo de Pedro Sainz Rodríguez en 1930 fue uno de los más difundidos, gracias a la capacidad propagandística de la que disponía la CIAP, de la que era director literario y en cuya representación hizo el viaje a tierras americanas. La atención a este *raid* comercial que le prestaron las páginas de *La Gaceta Literaria*, propiedad de la CIAP y dirigida por el propio Sainz Rodríguez, y las reacciones de otros medios de comunicación escrita, son representativas de la retórica y de las críticas que levantaba la expansión editorial española. Conscientes de los antecedentes y de cierta sensibilidad anticolonialista que comenzaba a pesar ideológicamente en la mentalidad de las sociedades americanas, las editoriales debían plantear su expansión comercial como una misión cultural de hermanamiento de los pueblos hispanohablantes, pretexto bien conocido por los intelectuales españoles.

La relación de motivos que Sainz Rodríguez dictó para justificar su expedición bebía de esas fuentes teóricas, con la singularidad de que entonces se trataba del primer paso de un plan ambicioso, con una fuerte financiación, que no se iba a detener tras la apertura de una pequeña sucursal en Buenos Aires desde la que se abastecería a todo el continente. De hecho, la CIAP, en su corta existencia, llegaría a conseguir un gran asentamiento en América, abriendo delegaciones en diversas ciudades como Buenos Aires, México, Santiago de Chile, Montevideo, La Habana y Quito. El propio Sainz Rodríguez quiso clarificar en las numerosas entrevistas que se publicaron antes, durante y después de su periplo que de la "misión" editorial de la CIAP, todos (autores, editores y lectores) habían de recibir un beneficio:

No llevo más misión que la de establecer los diversos medios eficaces y prácticos para dejar bien asegurada la difusión del libro americano en España y la del libro español en América. Esto supone, naturalmente la propagación de ambas culturas, poniéndolas en condiciones para que puedan alcanzar con todo provecho su máximo desarrollo y su cabal influencia.<sup>27</sup>

A su regreso, *La Gaceta Literaria*, que para entonces ya había degenerado en órgano propagandístico de la CIAP, le dedicó su portada y publicó una larga entrevista en la que Sainz Rodríguez exponía que el viaje había pretendido un doble objetivo: realizar una acción de propaganda cultural de España en América ("hacerles ver que no somos un pueblo de museo y que la colaboración de los hispánicos de aquí y de allí puede influir todavía en la cultura futura del mundo") por un lado, y

<sup>27</sup> "Pedro Sainz, a América", *La Gaceta Literaria* (Madrid), núm. 86 (15 de julio de 1930), pp. 1-2.



de América en España, por el otro (“establecida esta corriente de aquí allí, conviene con el mismo apremio y con idéntico criterio, establecer otra de allá a aquí, para que España conozca mejor los valores positivos del continente americano. En este punto es vergonzoso nuestro desconocimiento”).<sup>28</sup>

Sin embargo, los opositores al afán monopolístico de la CIAP en España no veían con buenos ojos este viaje, al que acusaban de ser un puntal de la estrategia colonizadora de la empresa a la que representaba:

Según leemos en el órgano de la CIAP (antes *Gaceta Literaria*), ha salido para América el señor Sainz Rodríguez. La *Gaceta* le llama “embajador espiritual” y una porción de cosas más, dignas de la servidumbre que las dicta. Pero nosotros queremos advertir al público hispanoamericano que el señor Sainz Rodríguez no representa ningún espíritu, como no sea el de la fenecida asamblea consultiva, en la que figuraba como destacado miembro. El sr. Sainz Rodríguez no lleva otra embajada que la de los judíos de la CIAP, ni tiene otra personalidad pública que la de haber sido romanonista cuando gobernaba Romanones, primorriverista con Primo de Rivera etcétera.<sup>29</sup>

Lo cierto es que el “público hispanoamericano” al que invocaba la anterior cita seguía careciendo de una industria editorial nacional que satisficiera su demanda, por lo que no podía ver los viajes de editores españoles sino como la solución a “problemas que son en última instancia, aun los de aspecto más material y comercial, de la mayor trascendencia para la cultura”.<sup>30</sup>

Al igual que lo fue para la española, la Primera Guerra Mundial fue la primera *chance* de la industria editorial americana. El notable crecimiento económico de Argentina y de otros países americanos se basó en esos años en una explosión del sector comercial exterior, entregado, sobre todo, a la exportación de productos alimenticios, que comenzaron a llegar a los países europeos en cantidades hasta entonces inimaginables. Si bien para entonces la industria editorial hispanoamericana era casi insignificante, fue ése el momento que aprovecharon algunos editores para dar comienzo a un libro nacional en potencia que no dejaría pasar su segunda gran oportunidad veinte años después cuando los tradicionales productores internacionales del libro español se desmoronaron a causa la Guerra Civil española y la Segunda Guerra Mundial.

<sup>28</sup> Rafael Marquina, “Pedro Sainz y Rodríguez nos habla de su viaje a América”, *La Gaceta Literaria* (Madrid), núm. 93 (1º de noviembre de 1930), pp. 1-2.

<sup>29</sup> “El embajador de la CIAP”, *Nueva España*, 12 (1º de agosto de 1930), p. 24.

<sup>30</sup> “Pedro Sainz Rodríguez”, *Nosotros* (Madrid), núm. 254 (julio de 1930), pp. 200-202.

Tras la primera Exposición del Libro Argentino, en septiembre de 1928 en el Teatro Cervantes de Madrid, los editores españoles comenzaron a ser conscientes de la existencia de una industria editorial americana, justo cuando las exportaciones de libros franceses y alemanes escritos en español habían comenzado a declinar. En 1929, Julián Urgoiti, representante en Buenos Aires de Espasa-Calpe, daba fe de este cambio:

Yo estimo que la expansión del libro español nada puede temer del libro francés o italiano. En cambio, el libro argentino puede restar público a las ediciones españolas, a no ser que el editor español evolucione hacia dominios más exclusivos —tal, verbigracia, el caso de *Revista de Occidente* o que, fomentando lo más general, ofrezca una producción francamente económica y bien seleccionada.<sup>31</sup>

Esta posibilidad que mencionaba Julián Urgoiti supuso, en realidad, el acicate de convertir la competencia en cooperación como en la práctica había ocurrido entre los grandes editores españoles. Para conseguirlo era necesario diversificar la oferta editorial y, consiguientemente, ampliar las posibilidades de elección del lector hispanoamericano. La estrategia consistió en colaborar con los editores de ultramar a fin de alcanzar el gran objetivo que suponía el aumento del número de lectores. Esta cooperación tenía a favor de los editores españoles el hecho bien conocido de que, con las condiciones internacionales de los años treinta, sólo España podía centralizar la difusión del libro en lengua española, y que los editores americanos debían aceptar esta situación si querían expandir su negocio. De ahí que el articulista de *La Gaceta Literaria* trueque el marbete polémico de “Madrid, meridiano cultural de Hispanoamérica” por otro mucho más pragmático y mercantil, “Madrid, cauce editorial de Hispanoamérica”.<sup>32</sup>

De hecho, hacia finales de los años veinte, y, en particular, tras la Conferencia Nacional de Amigos del Libro de 1927, la exportación de libros a América comenzó a mejorar notablemente. En contraste con el mal momento de la producción nacional, el comercio exterior del libro disfrutó del mayor empuje de su historia, gracias, sobre todo, a la mejora de la organización de las editoriales sobre el terreno americano. Es interesante cómo, en 1929, quedaba expresado en el *Informe de la Cámara Oficial Española de Comercio en la Argentina* presen-

<sup>31</sup> Guillermo de Torre, “Lo que dice un editor español en Buenos Aires”, *La Gaceta Literaria* (Madrid) núm. 55 (1º de abril de 1929), p. 5.

<sup>32</sup> A. Sánchez Villalba, “La expansión del libro español en América”, *La Gaceta Literaria* (Madrid), núm. 110 (15 de julio de 1931), pp. 9-10.

tado al Segundo Congreso Nacional de Comercio Español en Ultramar que la languidez del sector exterior de la economía española en general (“el proceso seguido por la importación de productos españoles en la Argentina no autoriza a tratar el tema con mayores optimismos”) contrastaba con una situación de las exportaciones de libros españoles que es definida como “bastante buena”.<sup>33</sup>

Se iniciaba, de este modo, un periodo mucho más fructífero para el establecimiento de relaciones culturales de mutuo acercamiento, y de intercambio de ideas, corrientes y valores literarios. Esta circunstancia colocaba a España en un lugar privilegiado en el desarrollo y difusión de la literatura americana, lo cual respondía a la aspiración largamente buscada. Puede decirse que la demolición de las murallas culturales que propugnaba el famoso editorial de Guillermo de Torre fue paulatinamente consumado. Los autores, editores y lectores americanos necesitaban el apoyo de las editoriales españolas y sus capacidades para difundir las obras. Por otra parte, los costes de producción de las editoriales argentinas habían ya superado los de las españolas, lo que dificultaba y aun imposibilitaba su crecimiento. Esto explica la colaboración que pronto se estableció entre editores argentinos y españoles para que los segundos editaran libros argentinos en España, como ocurrió en el caso de las editoriales Babel (argentina) y Espasa-Calpe (española).

La década de 1930 trajo fenómenos contradictorios que impusieron decisivos vaivenes en las relaciones comerciales de los editores españoles con los mercados americanos. Por un lado, en los primeros años de la República Española, el comercio sufrió una fuerte caída a causa de la crisis financiera mundial. Como suele ser norma en el sistema de libre mercado, una de las consecuencias más inmediatas de la crisis fue un repliegue proteccionista en la mayoría de los Estados, provocando una contracción en los intercambios internacionales. A este factor negativo se unieron la inestabilidad política de muchas repúblicas americanas en aquellos años y el desarrollo de las empresas editoriales autóctonas. Sin embargo, a partir de 1933 se percibe un cambio en la situación.

Fue a partir de entonces y por espacio de sólo tres años, hasta el estallido de la Guerra Civil, cuando el libro español se introdujo en América de una manera estable, coincidiendo con una serie de factores decisivos, tales como la política cultural del régimen republicano,

<sup>33</sup> *Relaciones de carácter económico entre España y la Argentina*. Madrid, Cámara Oficial Española de Comercio en la Argentina, 1929, pp. 3 y 69.

un acercamiento mutuo de intelectuales entre ambas orillas, un periodo de estabilidad económica y política en América, la puesta en funcionamiento de algunas de las iniciativas que se venían proponiendo desde hacía tiempo para esta difusión y la quiebra económica que afectó a las economías de los antiguos competidores.

La necesidad política de esta difusión se terminó de hacer oficial cuando en 1935 se firmó el decreto que dio lugar al Instituto del Libro Español (ILE). En él podía leerse que, entre sus objetivos, “el más apremiante, por los resultados inmediatos que promete, es la creación de depósitos o *stocks* de libros en América Latina”. Nuevamente se apelaba a tópicos de índole trascendente (“vehículo espiritual entre la América Latina y España”) para la defensa de intereses económicos (“producto al que hay que hacer accesibles mercados”).<sup>34</sup> Sin duda, el ILE era la solución a la expansión editorial en América, pero su creación fue tan tardía que apenas llegó a ofrecer algún resultado perdurable, si bien, a la altura de 1936, España había acaparado la práctica totalidad de la producción de libros en español.

La Guerra Civil española y sus consecuencias arrasaron la industria editorial española, produciendo una clausura económica, cultural y política muy poco esperanzadora para el libro y las letras nacionales. Durante varios lustros, el libro en lengua española fue producido mayoritariamente por las nuevas potencias editoriales, Argentina y México, que, esta vez sí, aprovecharon la ocasión que les brindó el colapso europeo. Sin embargo, este despertar editorial no se hizo a costa de España, sino con la inestimable colaboración de intelectuales y editores españoles refugiados en América, como Guillermo de Torre, Antonio López Llausás, Gonzalo Losada, Rafael Jiménez Siles, Joaquín Díez-Canedo y Benito Milla.

<sup>34</sup> “Decreto creando el Instituto del Libro Español”, *La Gaceta de Madrid*, núm. 120 (30 de abril de 1935), pp. 876-877. Véase también “Decreto creando en este Departamento y en la Biblioteca Nacional, con el nombre de Instituto Nacional del Libro Español, bajo la dependencia directa del ministro, un organismo encargado de la tutela económica y cultural del libro español”, *La Gaceta de Madrid*, núm. 215 (3 de agosto de 1935), pp. 1131-1132.