

caiana

Florencia Rodríguez Giavarini

IDAES-UNSAM, Argentina

Usos de lo visual en la colección Biblioteca La Nación (1901-1920). Modernidad in octavo para lectores “de su época”.

Usos de lo visual en la colección Biblioteca La Nación (1901-1920). Modernidad in octavo para lectores “de su época”.

Florencia Rodríguez Giavarini
IDAES-UNSAM, Argentina

En 1901 los directivos de *La Nación*, protagonistas de la industria gráfica y la prensa periódica argentina, emprendieron una empresa literaria y comercial lanzando una colección que dieron en llamar Biblioteca La Nación. A través de ella pusieron materiales de lectura de todos los tiempos a disposición de su público. Ofrecieron libros adaptados a todas las competencias lectoras, cuya apariencia denotó la importancia atribuida a sus aspectos visuales en procura de modernidad, con el mismo cuidado que en ello empeñaban quienes ofrecían otras mercancías a la venta. Su estética *art nouveau* asimiló esos libros a otros bienes de consumo y la novedosa posibilidad de su doble presentación, en versión rústica y “de lujo”, ofreció al comprador la posibilidad de optar entre uno y otro tipo. Al reunir contenidos literarios heterogéneos, los aspectos visuales de la colección cobraron vital importancia como elemento de cohesión del conjunto y permanecieron invariables durante los casi diecinueve años de su vigencia.

Si bien el verdadero fenómeno editorial y comercial que significó esta colección, en virtud de haber publicado sin interrupción, semanalmente, ochocientos setenta y cinco volúmenes¹ durante casi diecinueve años y haber vendido más de un millón y medio de ejemplares, llevó a historiadores de las letras y la edición nacional a ocuparse de ellos, tales estudios apenas hicieron referencia a sus novedosas características visuales y materiales y ningún historiador del libro o del diseño los ha

abordado hasta el momento.² A fin de analizarlos, este artículo contempla la colección completa, pero el énfasis recae especialmente en ciertos volúmenes que contuvieron imágenes de distinto tipo, como ilustraciones de los textos literarios y retratos de autores, que hasta ahora permanecían ignorados. Se repara, asimismo, en los componentes de los libros que fueron soporte de imágenes, como tapas y hojas de guarda en las que se incluyeron elaborados diseños cargados de significación y también en la publicidad gráfica que estimuló a potenciales lectores a comprarlos. Para contextualizar estos aspectos, este trabajo considera también el “horizonte visual” en que estaba inserto el lector/comprador de la época y también sus impulsores. Respecto de estos últimos, conscientes como eran de la importancia creciente de la imagen en la industria gráfica de la que eran protagonistas, resulta pertinente preguntarse si la opción por una colección no ilustrada respondió a la idea original o si resultó un desvío del plan original. Se trata de un interrogante, hasta ahora no planteado, que este artículo busca responder.

Una visualidad moderna en Buenos Aires

Entre noviembre de 1901 y febrero de 1920 se publicaron en Buenos Aires ochocientos setenta y cinco libros, que conformaron la colección bajo estudio. Esta se propuso divulgar las principales producciones de la literatura universal y fomentar las letras nacionales. Entre los muchos autores publicados encontramos a Cervantes, Goethe, Balzac, Chejov, Dumas, Julio Verne, Rubén Darío y también a Carlos Octavio Bunge, Miguel Cané, José Mármol, Lucio V. López y Hugo Wast. Se trató, por lo tanto, de una combinación de novedades con literatura consagrada. A partir de ciertos rasgos materiales, es posible rastrear en los libros que la compusieron la idea del público lector que tenían sus impulsores, que condicionarían varios aspectos del desenvolvimiento de la colección.³ Ejemplos de ello nos vienen dados por los prólogos y notas biográficas que precedían los textos, que frecuentemente hacían referencia expresa a los públicos a que suponían complacerían especialmente ciertos títulos, ya fueran las damas, los jóvenes o los niños. También por el “reacomodamiento” de paratextos, buscando facilitar al lector la localización en el libro de notas aclaratorias ubicándolas a pie de página y no al final, o la

fragmentación en tomos de obras juzgadas demasiado extensas para las que se creían eran las habilidades lectoras de la audiencia, llegando, por ejemplo, a ofrecer en cinco tomos *El Conde de Montecristo*. La fórmula editorial elegida indujo a reunir títulos diversos, de temas y épocas diferentes, con distinta extensión y disímiles en cuanto al uso o no de ilustraciones en sus ediciones originales, lo que dio ocasión a que títulos que no habían sido pensados para ser de circulación masiva pasaran al dominio de públicos heterogéneos. Los responsables de la colección se ubicaron en el rol de intermediarios entre autores y lectores, “preparando” y “adaptando” los textos para ser recibidos por una nueva y extendida audiencia de la que formaban parte lectores de competencias dispares, aunque la colección estuvo principalmente destinada al público que –hasta entonces– había tenido un acceso muy limitado a la literatura que esta iniciativa editorial venía a poner a su disposición. Se propuso seleccionar “lo mejor” de la literatura universal con el objetivo –declarado en la presentación del primer tomo– de “vulgarizar las mejores obras de entretenimiento que ha producido la literatura universal, tanto antigua como moderna.”⁴ Esa selección estuvo principalmente guiada por el criterio de lo “culto”, buscando reunir un bagaje literario consagrado cuya publicación pondría al público argentino a tono con los niveles y novedades culturales del mundo “civilizado” (París y Londres principalmente). Se ha de señalar, no obstante, que la iniciativa perseguía no solo finalidades “civilizatorias” sino también también comerciales (ampliación y fidelización de público) y para alcanzarlas, ese caudal de materiales de lectura debía ser acogido ampliamente por el público. La decisión de ofrecer una visualidad muy cuidada en los libros de Biblioteca La Nación fue un aspecto de la estrategia comercial que la puso en sintonía con la experiencia de modernidad visual imperante en la Buenos Aires de 1901. En su estudio sobre diferentes aspectos que compusieron la trama que conformó la percepción visual del período que va desde 1880 hasta 1910 en Buenos Aires, Sandra Szir señala que “la cultura porteña finisecular presentó una particular conciencia acerca de la visión” y que sus protagonistas fueron observadores “de su época” habituados a nuevos soportes de imagen en amplia circulación, como las postales, los afiches publicitarios y la creciente profusión de

fotografías e ilustraciones incluidas en los medios gráficos.⁵ La automatización y perfeccionamiento de la industria gráfica argentina y la consecuente proliferación de impresos que combinaban texto e imagen hizo accesibles a prácticamente todos los sectores sociales material impreso y visual que se sumó también a otros novedosos dispositivos que contribuyeron a que los modos de ver se vieran afectados. La aparición de dispositivos ópticos como el estroboscopio, el zootropo y el kinetoscopio,⁶ surgidos con finalidades científicas pero ulteriormente adoptados como forma de entretenimiento, habituaron al público a la imagen en movimiento. La novedad más impactante fue ciertamente el cinematógrafo, cuya primera proyección se realizó en Buenos Aires en 1896.⁷ En ese universo de creciente presencia de la imagen en movimiento y estática, en que el observador se hallaba acostumbrado a un gran estímulo visual, surgió la colección de libros en cuestión, que los compradores del periódico debían adquirir para que la empresa se demostrara exitosa. A tal fin, por primera vez, *La Nación* publicó libros cuya apariencia y características materiales evidenciaron gran atención. Los libros adoptaron una visualidad exterior a tono con los demás bienes de consumo masivo en circulación, para hacerse atractivos a los lectores. La calidad de su presentación era sin duda superadora de la rusticidad de otros libros que había publicado el periódico.⁸ Además ofrecía una novedad llamativa: al ser publicada en dos versiones, rústica y “de lujo”, se brindaba al comprador un cierto espacio de libertad para optar según su preferencia y posibilidades de bolsillo, tal como hacía al comprar otras mercancías. La edición “de lujo” era encuadernada con tapas de tela de distintos colores, ornada por una guarda de formas serpenteantes *art nouveau*, y el monograma del periódico resultante de una letra L y una N entrelazadas, ubicados en un pequeño marco de formas movidas. El título de la obra, autor, número de volumen que le correspondía en la colección y demás datos consignados en la tapa se presentaban grabados *a secco* y resaltados en oro. Las hojas de guarda, por su parte, hacían gala de elaborados diseños que entrecruzaban el escudo nacional con las iniciales del periódico. Ambas versiones se presentaron *in octavo* (**Fig. 1**).



Figura 1. Encuadernaciones “de lujo” y rústica, Carlos Octavio Bunge, *La novela de la sangre*, Vol. 138, Biblioteca La Nación, 1904.

La estética modernista y los aspectos visuales de la colección

Del otro lado del Atlántico las distintas corrientes del Modernismo⁹ celebraban el avance económico y tecnológico a que estaba dando paso la creciente industrialización. Por medio de un repertorio ornamental renovado, el *Art Nouveau* dio la espalda a toda evocación del pasado. Sus motivos botánicos y entomológicos característicos se desplegaron sobre todo tipo de objetos que incluyeron las artes mayores, el equipamiento urbano, mobiliario, vidrios, cerámicas, joyas, textiles, libros y otros impresos, incluyendo los avisos publicitarios que promovían el consumo de todo tipo de mercancías. Fue un fenómeno netamente “de ciudad” que penetró el mundo circundante y todos los objetos de la vida cotidiana. En Argentina, el *Art Nouveau* se hizo presente principalmente de la mano de arquitectos europeos de distintas nacionalidades y también por medio de la importación de objetos ornamentales de origen europeo. Los hijos de inmigrantes, enriquecidos en estas tierras por medio del ejercicio del comercio y la industria, que fueron afincándose en el área céntrica y aledaños como Congreso, Almagro, Caballito y también en ciudades como Rosario, conformaron una clase media que encontró en estas novedades el modo de reconocer los avances estilísticos de los lugares de los que procedían sus familias. Consecuentemente, esa nueva burguesía aceptó ampliamente sus propuestas en la arquitectura y también en los objetos de uso cotidiano.¹⁰

En materia de libros, las encuadernaciones artísticas *art nouveau*, que en un primer momento habían sido resistidas por los bibliófilos europeos cuyos hábitos de consumo estaban apegados a las formas tradicionales, pronto encontraron acogida. La primera oportunidad de darlas a conocer –entre otros objetos realizados por los artistas de la Escuela de Nancy– se presentó con ocasión del Salón de la Sociedad Nacional de Bellas Artes que tuvo lugar en París en 1892. Las ocho encuadernaciones ejecutadas por René Wiener (1885-1939) recibieron gran reconocimiento. Si bien se trataba de libros únicos y de circulación restringida, quienes en un primer momento resistieron la ruptura con las formas tradicionales del repertorio ornamental clásico terminaron por acoger esta estética vegetal y entomológica que rápidamente dio alcance también a los libros de producción industrial.¹¹

Por su parte, la prensa especializada en artes gráficas en circulación en Buenos Aires, como *La Noografía*, *Éxito Gráfico*, *Ecos Gráficos*, etc. promovieron tempranamente esta corriente artística proponiendo su acogida a la industria local. Así, en Buenos Aires se hizo lugar a esta modernidad de formas no solo en los libros sino también en otro tipo de impresos como tarjetas, *ex libris*, afiches, avisos publicitarios, etc. que convivieron con las formas clásicas históricamente arraigadas en el arte tipográfico de tan larga tradición. Los responsables de la colección *La Nación* alternaron semanalmente los colores de las tapas de los libros, mientras que sus formas vegetales, dinámicas y asimétricas se mantuvieron inalteradas durante los casi diecinueve años que se publicó. Ambos rasgos fueron distintivos de los volúmenes que la compusieron, como una marca de identidad que pervive hasta hoy. La principal alusión visual no era literaria. Ya fuera que sus tapas alojaran al joven *Sherlock* o al añoso *Don Quijote*, la propuesta extendida al público consistía en hacerse lector comprando todas las semanas un libro vistoso y abordable. En ese universo de papel y tinta los rasgos modernistas no se limitaron a las tapas de los libros. A medida que el desenvolvimiento de la colección fue abasteciendo los espacios domésticos de los nuevos lectores con volúmenes que necesitaban ser acomodados, el periódico propuso a los compradores otra novedad: la adquisición de un mueble biblioteca en madera de roble, de sólida factura, cuyas aplicaciones de bronce siguieron

la estética modernista que los unían a la colección para la que habían sido diseñados. Los avisos publicitarios de la colección que aparecieron en el periódico también contribuyeron a reforzar la presencia del libro como rasgo de la vida moderna

Publicidad de la colección en el matutino de los Mitre

Protagonistas de la industria gráfica local, los responsables del periódico *La Nación* reconocieron tempranamente los cambios imperantes en el contexto visual arriba descrito. Prueba de ello fueron las adaptaciones tecnológicas que se reflejaron en adecuaciones del periódico para satisfacer a un lectorado habituado a la imagen y a un mayor estímulo visual. La mancha tipográfica de sus primeros tiempos se fue modificando gradualmente para ofrecer una presentación más aireada, con incipientes elementos de jerarquización de lecturas dados por los tamaños y variedad de tipografías, separación de textos, más ordenada y amigable a todos, con independencia de sus competencias lectoras. La cantidad de columnas de texto se redujo de ocho a siete e incluyó imágenes para ilustrar las noticias. La publicidad gráfica en sus páginas fue en constante aumento. La importancia de la imagen y lo visual requirió la incorporación a sus filas de artistas e ilustradores como Augusto Ballerini (1857-1902) y su colaborador, José María Cao (1862-1918), quien sucedió al primero como director gráfico del periódico en 1902. La publicación de avisos publicitarios representaba una oportunidad de rentabilidad de creciente importancia para la empresa periodística y, por lo tanto, fueron ocupando un espacio cada vez mayor en las páginas de *La Nación*. Con ellos se estimulaba el consumo de los artículos más diversos, como ropa, mobiliario, productos de belleza, medicinales, etc. Similarmente, durante la gestión de Roberto Payró (1867-1928), quien dirigió la colección Biblioteca La Nación desde su aparición hasta 1907, además de las crónicas, notas y comentarios, se realizó una intensa publicidad de los libros que la componían. Si bien habitualmente se hacía por medio de avisos no ilustrados, reclamaba gran atención de los lectores. La víspera del lanzamiento se anunciaba qué título se publicaría al día siguiente. El día de su publicación se volvía a anunciar que el título ya estaba disponible y, al

día siguiente volvía a anunciarse que se acababa de publicar el título en cuestión. Ocasionalmente esas publicidades se reforzaban con algún anuncio de mayor tamaño, detallando el título más reciente, los últimos publicados y alguna otra noticia relativa al desenvolvimiento de la colección. Habitualmente no contuvieron imágenes, pero en ocasiones excepcionales se implementaron avisos llamativos por su contenido visual y gran tamaño, con predominio de la imagen sobre el texto. En ellos es posible detectar el mismo espíritu de modernidad del que se revistieron los libros y contribuyen a evidenciar que se estaba pensando de un modo nuevo a los lectores, reconociendo en ellos aptitudes y necesidades diferentes, así como una nueva actitud y disposición hacia el consumo de objetos y mercancías entre los cuales – novedosamente también– se contaban los libros.



Figura 2. Aviso publicitario de la colección Biblioteca La Nación, *La Nación, Suplemento Conmemorativo del 9 de Julio*, 9 de julio, 1902, p.9.

En materia publicitaria, las costumbres de la burguesía adoptaron cierto carácter paradigmático, difundidas en afiches y avisos que presentaron el ocio y el consumo como temáticas recurrentes y permitían asociar los

productos ofrecidos con el placer. Los hábitos de consumo de quienes aspiraban a un estilo de vida moderno –acicateado por la publicidad– evidenciaban que iban en procura de una comodidad bella adaptada a nuevas costumbres. En esos avisos se dio un protagonismo creciente a la mujer, descubierta como nueva consumidora.¹² Así quedó visualmente expresado en la imagen publicitaria de la colección, inserta en el periódico del 9 de julio de 1902, de autoría de José María Cao (**Fig. 2**).

En el aviso la figura femenina ocupa un lugar dominante. Sin contravenir abiertamente cierto conservadurismo, presenta una mujer “disfrutadora” que goza de tiempo de ocio y que elige actividades de lectura para entretenimiento. No se trata solamente de comprar los libros que la colección ofrece sino también de formar parte de ese estilo de vida placentero que se desea instalar como aspiración. Dado que lo moderno residía en la urbe, estos personajes son habitantes de ciudad, según demuestran sus vestidos, el sombrero, la sombrilla de la dama y los libros. La actitud despreocupada aporta a ese modelo aspiracional el factor disfrute que proporcionarán esos libros a sus compradores, para emular, o hacer propio, el estilo de vida de los lectores representados, que gozan de momentos de ocio en un espacio abierto en que tiene lugar el esparcimiento. La lectura, presentada como objeto de disfrute y entretenimiento en un espacio libre, da cuenta de una mirada nueva de la actividad lectora. Tradicionalmente asociada al aprendizaje, la devoción y la erudición, hasta entonces había estado rodeada de solemnidad. La situación representada en este aviso pone en evidencia la desacralización del libro y la lectura que iba teniendo lugar, a medida que esta colección hacía los libros disponibles al público amplio, a precios accesibles, dejando atrás asociaciones restringidas al mundo de las élites. Por otra parte, el texto lo refuerza: la lectura es para todos y se accede a ella por un precio módico. En cuanto a la relación texto-imagen del aviso, si bien comunica con claridad que se trata de los libros de la colección que se desea promover y que son de precio abordable, el texto se arrincona en el costado inferior izquierdo y la preponderancia de la imagen publicitaria aparece como primordial. Lo que se desea comunicar se hace principalmente *visible*. No se hace alusión a los contenidos literarios. La imagen alude a la colección entera.

Otro aviso publicitario de la colección que se sirvió de la imagen muy protagónicamente hizo –contrariamente al anterior– alusión al texto que promocionaba, pero sus finalidades parecen haber excedido el estímulo a la compra del volumen o la colección en cuestión. Se publicó con ocasión de la aparición de *Historia de San Martín y de la emancipación sudamericana*, de autoría de Bartolomé Mitre, en el mes de julio de 1903, mes de fiestas patrias (**Fig. 3**).



Figura 3. Aviso publicitario de la colección Biblioteca La Nación, *La Nación*, 18 de julio de 1903, p.10.

Este aviso puso en funcionamiento un imaginario local establecido para asociarlo a la empresa periodística: la figura ecuestre de San Martín forma parte de una composición algo forzada con una viñeta –alusiva a la actividad lectora– que contiene una mujer que lee a la luz de una lámpara. Ni los vestidos ni la lámpara tienen connotaciones de actualidad. Esas alusiones históricas demandaron salir al rescate de la modernidad de la colección, lo que se hizo por medio de la inclusión de guardas y ornamentaciones vegetales asimétricas, así como tipografía, de líneas *art nouveau*. Las guardas ornamentales funcionan como cohesivo en una combinación de elementos visualmente heterogéneos, que tienen por finalidad volver a ubicar el libro publicitado en la modernidad de su tiempo. La figura de San Martín y la alusión a Bartolomé Mitre impiden el protagonismo exclusivo de la colección, pero refuerzan la asociación del periódico y su fundador con la edificación de la nación argentina, mensaje que será reforzado aprovechando otros componentes de los libros que lo comunicarán en clave visual. La imagen sanmartiniana evoca además la primera edición de esa obra

publicada por la imprenta de *La Nación* en tres tomos entre 1887 y 1888, cuya portada incluyó una imagen del mismo monumento.¹³

Hojas de guarda

Las hojas de guarda fueron otro aspecto novedoso de los libros de *La Nación*. Ese espacio, que hasta entonces había sido generalmente ocupado por diseños marmolados, *millefleurs* y otras fantasías destinadas a evitar el vacío, con ornamentos repetitivos o de acotada elaboración, sirvió de apoyo para reforzar el carácter de epopeya cultural de la colección (que venía siendo insistentemente comunicado en crónicas, comentarios, prólogos y noticias del periódico) y asociar la empresa de los Mitre con el progreso nacional y la construcción de la Argentina moderna. Ellas presentaron diseños que entrelazan el escudo argentino y las siglas del periódico junto con el nombre de la colección (Fig. 4).



Figura 4. Hoja de guarda de la edición “de lujo” de la colección Biblioteca La Nación, en que se aprecia la combinación del escudo nacional con las iniciales de *La Nación*.

La combinación de los símbolos patrios con el emblema de *La Nación* constituye una estrategia visual tendiente a prestigiar su imagen, presentando al periódico como una especie de agente cultural del Estado argentino y a esta colección con una dignidad equiparable con los emblemas nacionales en un momento en que la cuestión de la nacionalidad revestía gran importancia. Ese mensaje gráfico, tan cargado de enaltecimiento de la propia obra, obliga a señalar que el diseño que hizo posible su comunicación fue el resultado de un despliegue intelectual y técnico que tuvo lugar en un momento muy anterior al que tradicionalmente se ha señalado como el inicio del diseño gráfico y su consolidación como disciplina independiente en nuestro país, la que generalmente se ha ubicado promediando el siglo XX¹⁴ y resultan –por lo tanto– una manifestación más de la modernidad que caracterizó la visualidad de esta colección que incluyó “mensajes visuales” donde antes no los había, que conjugaron lo funcional y lo estético.

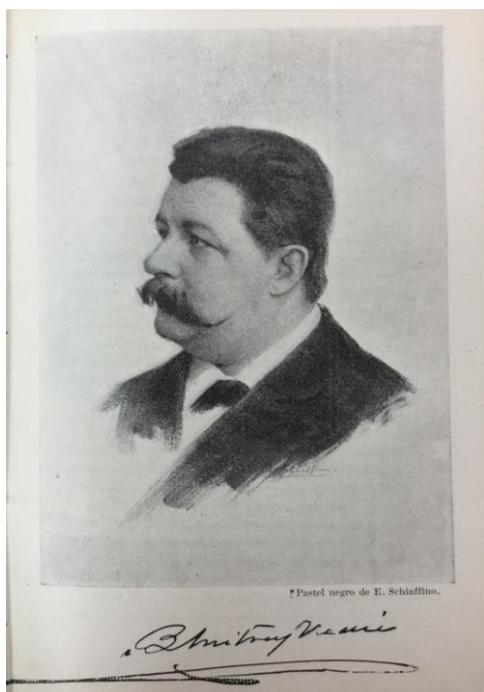
El análisis de los distintos usos de lo visual que hizo la colección bajo estudio no estaría completo sin mencionar que en ella se publicaron algunos libros ilustrados y otros que contuvieron retratos de autores. Los estudios que tuvieron por objeto la Biblioteca La Nación no hicieron referencia a ello. Probablemente, la omisión obedece a que fueron una pequeña cantidad y, por lo tanto, no es posible caracterizar a la colección como ilustrada. No obstante, en ese universo de lectura compuesto por cientos de tomos, la detección de una decena de ellos con este tipo de uso de la imagen suscita ciertos interrogantes que resulta de interés analizar para proponer una explicación sobre su carácter excepcional.

Retratos de autores

Como quedó dicho, los responsables de esta colección quisieron poner en circulación ciertas lecturas para un público amplio sobre cuyas competencias lectoras y culturales tenían una idea determinada. Ese preconceito generalmente indicaba que se trataba de un público que necesitaba de ciertas ayudas para poder relacionarse mejor con los libros y sus contenidos. Uno de los muchos dispositivos puestos en funcionamiento con tal propósito, al inicio de la colección, fue la inclusión de notas biográficas sobre los autores de las obras

publicadas. En dos ocasiones ellas fueron acompañadas del retrato del autor en cuestión. Tal fue el caso de Bartolomé Mitre y Vedia, autor de *Serias y Humorísticas* y Santiago Maciel, autor de *Nativos*, que constituyeron el sexto y séptimo volumen –respectivamente– de la colección.

Ambos retratos se separan de la tradición occidental establecida desde el Renacimiento que presentaba a los hombres de letras junto a sus atributos (libros, pluma, papeles etc.) o situados en sus entornos de trabajo, para asimilarlos más bien al retrato burgués vigente en nuestro medio a principios del siglo XX: tres cuartos de perfil, la vestimenta elegante y la mirada seria. El retrato de Bartolomé Mitre y Vedia constituye una reproducción de un “pastel negro” realizado por Eduardo Schiaffino (1858-1935) y así se lo hizo constar al pie. Se incluyó también el autógrafo del escritor. Esta especie de “biografismo icónico”, que enlaza con una tradición instalada a lo largo del siglo XIX según la cual la página frente a la portada incluía un retrato del autor, parece ofrecer un modo más de visualidad con que la colección *La Nación* pretendió estrechar la distancia entre los autores y los lectores, pero también una oportunidad de satisfacer al lectorado, cuya expectativa por la inclusión de imágenes no quiso defraudar (Figs. 5 y 6).



Figuras 5. Retrato del autor, Bartolomé Mitre y Vedia, *Serias y Humorísticas*, Vol. 6, colección Biblioteca La Nación, 1901, página frente a la portada.



Figura 6. Retrato del autor, Santiago Maciel, *Nativos*, Vol. 7, colección Biblioteca La Nación, 1901, página frente a la portada.

Libros ilustrados

Esta colección no ilustrada presenta el curioso caso de haber publicado cinco títulos que incluyeron ilustraciones. Mientras dos de ellos presentaron una ilustración única,¹⁵ otros tres las incluyeron en cantidad. El orden que esos títulos ocuparon en ella y el rastreo de las primeras ediciones en sus países de origen, brindan cierta información que resulta de interés considerar.

La Niña Menor de André Theuriet (1833-1907) se ofreció como tercer volumen de la colección *La Nación*, casi en simultáneo con su primera edición francesa. La novela había sido publicada por primera vez en París en 1901, por la casa editorial Nilsson para su colección Excelsior. Nilsson, quien se había especializado en la publicación de grandes tiradas de novelas ilustradas por medios fotográficos, fue de las primeras casas editoras en ofrecer al mercado las llamadas “novelas ilustradas con fotografías”. Estas se caracterizaron por contener ilustraciones que procedían de fotografías tomadas del natural a actores que posaban representando escenas tomadas del texto y que eran reproducidas en *similgravure*.¹⁶



Figura 7. “...y una barca llevaba a los cuatro hacia el vapor que se balanceaba no lejos del muelle (pag. 65)”, André Theuriet, *La niña menor*, Vol. 3, colección Biblioteca La Nación, 1901, p. 99.

Tales colecciones eran publicitadas en París, destacando principalmente que estaban ilustradas con fotografías tomadas del natural, factor que representaba un gran atractivo para los compradores. Ese tipo de colección pudo producirse merced a la combinación de dos factores: el abaratamiento que permitió la reproducción fotomecánica de imágenes y el interés comercial por parte de las editoriales de llegar a un público amplio, ofreciendo libros ilustrados económicamente accesibles. Las ocho ilustraciones que presenta el ejemplar que publicó *La Nación* fueron tomadas del libro de la citada colección francesa. A excepción de la última, constituyen ilustraciones fuera de página, a página entera, y van acompañadas de una leyenda al pie que refiere al pasaje del texto que se ilustra. Para mayor orientación del lector, al final de la frase que acompaña el texto, se incluye el número de página de la que fue tomada la frase visualmente representada. Se

trata de recursos propios de los materiales de lectura destinados a un público amplio, al que se considera necesitado de apoyos visuales y recreos, para completar el recorrido completo de un texto de varias páginas de extensión (**Fig. 7**).

El segundo tomo ilustrado que ofreció la colección fue la novela de Herbert G. Wells *Primeros hombres en la luna* y, en 1902, se publicó el tercero: *El sabueso de los Baskerville*, de Arthur Conan Doyle. Ambas novelas habían sido ofrecidas por entregas por la revista británica *The Strand Magazine*, entre 1900 y 1902.¹⁷ Los libros de *La Nación* incluyeron en un solo volumen –para cada novela– la obra completa y las ilustraciones que en Londres se habían dosificado en entregas sucesivas. Se trató, por lo tanto, de dos libros profusamente ilustrados.

El ilustrador inglés Sidney Paget (1860-1908), a quien se atribuye la creación de la más divulgada imagen del famoso detective Sherlock Holmes portando sombrero y capa, venía ilustrando para *The Strand* otros relatos de Conan Doyle que lo tenían por protagonista (**Fig. 8**).



Figura 8. “Extendí la vista sobre la melancólica llanura”, Arthur Conan Doyle, *El sabueso de los Baskerville*, Vol. 35, colección Biblioteca La Nación, 1902, p. 178.

A medida que la popularidad de esa ficción se fue incrementando en Inglaterra, las imágenes que se intercalaban en el texto de cada entrega se fueron haciendo más grandes y elaboradas, lo que supuso una gradual familiarización de los lectores con el famoso personaje. Para los lectores de *The Strand*, *El sabueso de los Baskerville* era la tercera historia en que se desarrollaban las peripecias de un personaje familiar. Para los lectores de la colección *La Nación* estas imágenes fueron un primer contacto con el —luego conocido— Sherlock Holmes.

Las ilustraciones de la novela de Wells tampoco fueron un encargo de *La Nación*. Al igual que la novela anterior, había sido publicada por primera vez en *The Strand* quien en ese caso las había encargado al artista Claude Shepperson (1867-1921). Considerada por algunos críticos como la primera obra de ciencia ficción, fue publicada por entregas en el periódico *La Nación* con anterioridad al lanzamiento de la colección de libros aquí tratada. Cada una de esas entregas periódicas incluyó una, dos o hasta tres ilustraciones, que sumaron un total de setenta y dos. El 8 de agosto de 1901, el periódico anunció que, en el marco de la colección *La Nación*, se ofrecería en formato libro el mismo título, y se especificaba que incluiría treinta y seis ilustraciones. Fue un éxito de ventas y se reeditó dentro de la misma colección en 1909, aunque en esa segunda ocasión sin ilustrar. El libro de 1901 intercala imágenes en el texto y presenta también imágenes fuera de texto. Algunas van acompañadas de leyenda al pie y otras no. Lo que resulta interesante en el análisis de este volumen es la constatación de que el pasaje de las ilustraciones de una publicación periódica por entregas a una entrega única en formato libro supuso, para los operarios de *La Nación*, la necesidad de adecuar la combinación de imágenes y texto al soporte a que se enfrentaban. Las imágenes que siguen muestran un caso en que se dispuso una misma imagen con orientación apaisada (en el periódico) y vertical (en el libro). En este último caso la ilustración perpendicular al texto exigía que, para apreciarlas, el lector interrumpiese la lectura y rotase el libro. Si bien ello no fue excepcional para las prácticas de la época, resulta llamativo que, habiendo tenido otras imágenes verticales disponibles, se haya elegido esta (Figs. 9 y 10).

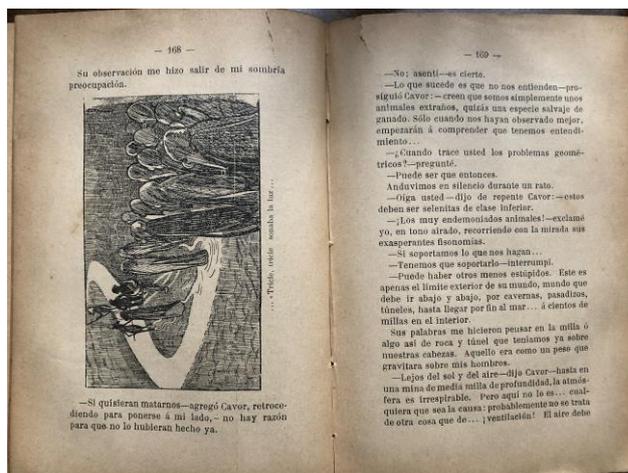


Figura 9. “Tricle, tricle, sonaba la luz...”, Herbert G. Wells, *Primeros hombres en la luna*, Vol. 2, colección Biblioteca La Nación, 1901, p. 168.

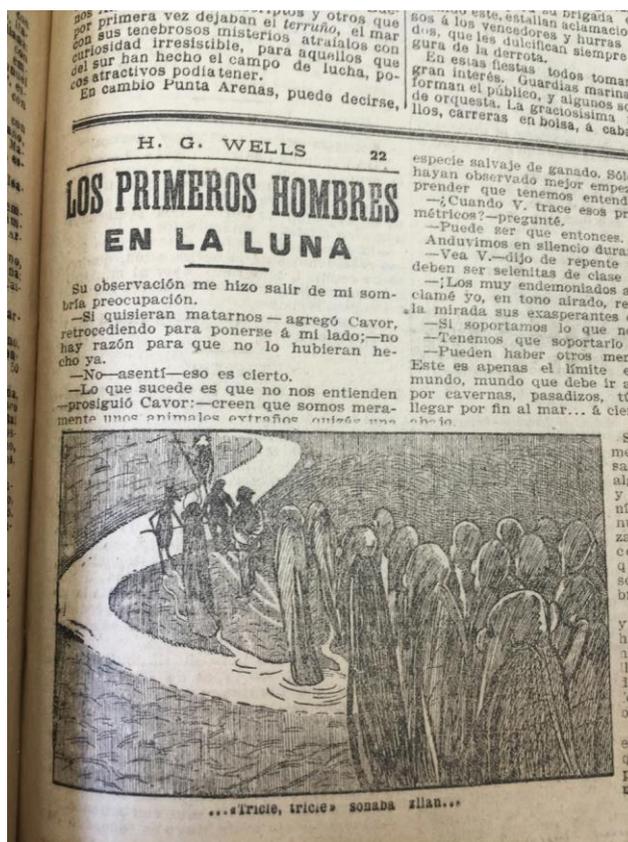


Figura 10. Misma ilustración anterior en la entrega nro. 22, Herbert G. Wells, *Primeros hombres en la luna*, La Nación, 27 de agosto, 1901, p. 3.

El tamaño y la disposición necesariamente vertical del libro *in octavo* supuso un condicionante que no ofrecía la página del periódico a que estaban acostumbrados los operarios compondores, recientemente afectados a la producción de esta colección literaria. Ellos debieron familiarizarse con saberes y técnicas propias de las artes del libro

que el periódico no exigía y que no se agotaron en la diagramación sino que abarcaron también la preparación para la encuadernación y otros pasos propios de la edición de libros.

El carácter excepcional de la inclusión de ilustraciones y retratos de autores en la colección inducen necesariamente a preguntarse sobre las razones que llevaron a su incorporación y también a su abandono para el resto los libros de la colección. Para responder a ello, se debe reparar en que todos los ejemplos citados vieron la luz en los primeros meses de vigencia de la colección. Desde los primeros avisos que en 1901 anunciaban la inminente aparición de esta biblioteca, se destacó que los libros estarían disponibles en cuatro fechas fijas, todos los meses. La avidez con que el público se lanzó a adquirir estos libros semana a semana impuso gran premura a las tareas de los operarios del taller para no defraudar las expectativas de un público cuyo entusiasmo había sobrepasado cualquier predicción comercial. Según surge de las crónicas y avisos publicados en el periódico, en los comienzos de la colección los talleres se vieron obligados a producir los volúmenes prometidos en las fechas pautadas y, simultáneamente, reimprimir nuevos ejemplares de volúmenes anteriores para satisfacer esa demanda inesperada que había quedado insatisfecha. Apenas lanzada la colección, el 8 de noviembre de 1901 el periódico anunciaba:

Prevenimos a todas las personas interesadas en la adquisición de volúmenes de la Biblioteca, que hallándose impresa la segunda y tercera obra de la serie, en cantidad igual a la primera, lo que nos colocará en el caso inevitable de suspender la venta suelta hasta que se hallen terminadas las nuevas ediciones que se hacen a toda prisa. Con la cuarta novela se regularizarán todos los envíos. Como también la venta por ejemplar, haciéndose la impresión con toda la amplitud que requiere la demanda. Los lectores teniendo en cuenta que está en el interés de esta empresa, llevar la venta al mayor número de ejemplares posible, comprenderán que estas interrupciones son completamente ajenas a nuestra voluntad.¹⁸

Y el 29 de noviembre volvían a advertir a su público que los talleres se encontraban sobrecargados:

Prevenimos a las personas interesadas en los volúmenes de la **edición encuadernada** que, a pesar de los esfuerzos que hacemos para atender la inmensa demanda, nuestros talleres no podrán dar cumplimiento a todos los pedidos hasta la próxima semana. Oportunamente avisaremos en este mismo sitio, el día en que se pondrán a la venta nuevos ejemplares de la referida **edición encuadernada**.¹⁹

La acumulación de tareas que produjo esta superposición de volúmenes en el taller y la auto-sujeción de esta empresa literaria a tiempos de entrega apremiantes, propios de la industria periodística, podrían explicar que se hubiese buscado el modo de simplificar el trabajo y aliviar la carga, abandonando la inclusión de imágenes que en un comienzo pudo haberse pensado como un atractivo que caracterizaría la colección. De hecho, cuando los citados volúmenes ilustrados fueron puestos a disposición del público, los anuncios hacían gran hincapié en las ilustraciones que contenían, ya que eran un factor que se creía contribuiría a asegurar su éxito comercial.

A modo de conclusión, parece indicado destacar que la empresa periodística de los Mitre y sus responsables, protagonistas indiscutidos de la industria gráfica argentina a principios del siglo xx, fueron concientes de la importancia en aumento de “lo visual” en ese ámbito y esa época. Consecuentemente, ofrecieron libros visualmente atractivos, con encuadernación cuidada y moderna, acompañados –para quien deseara adquirirlo– de un mueble biblioteca, a tono con la moda imperante; se hicieron precursores en el empleo del diseño gráfico aprovechando las hojas de guarda como soporte de visualidad que prestigiaba la propia empresa y su “gesta editorial”; echaron a andar una campaña publicitaria que se vio favorecida por la posición del matutino en el mercado de lectores que también se sirvió de la imagen y optaron por la inclusión de retratos e ilustraciones para dotar de mayor atractivo la colección, que debía dar alcance a la mayor cantidad de compradores cuya atención pudiera capturar. De hecho, imágenes resultantes de modernas técnicas como el *similgravure* e ilustraciones que permanecerían en la historia como las que acompañaron al luego famosísimo Sherlock cruzaron el Atlántico para volcarse al mercado editorial argentino desde las páginas

de esta colección. No obstante, la realidad demostró rápidamente que, con o sin ilustraciones, había una avidez tan extraordinaria por adquirir estos libros visualmente modernos y económicamente accesibles que sus responsables pudieron optar por la supresión de ilustraciones y retratos de autores, a fin de agilizar el trabajo en los talleres y abastecer en tiempo y forma a todos los lectores, al tiempo que reducían los costos de producción y mantenían indemne su éxito de ventas. Por lo tanto, esta colección que ha quedado en la historia de la edición nacional como un gran éxito editorial no ilustrado, podría constituir, en ese aspecto, un desvío del plan original.

Notas

¹ La cantidad de volúmenes está tomada del estudio de Jorge E. Severino, “Biblioteca de “La Nación” (1901-1920). *Los anaqueles del pueblo*”. *Sociedad de Estudios Bibliográficos Argentinos*. n° 1, abril, 1996, pp. 57-94. Para este punto en particular referirse a la página 62 y notas aclaratorias donde el autor rectifica que no fueron 872, como hasta entonces otros autores y él mismo habían sostenido, sino 875.

² Para lo escrito hasta el momento sobre la colección Biblioteca La Nación ver principalmente Jorge E. Severino, “Biblioteca de “La Nación...*op. cit.* y Patricia Wilson, “El fin de una época: letrados-traductores en la primera colección de literatura traducida del siglo XX en la Argentina”. *TRANS Revista de Traductología*, n° 12, 2008, pp. 29-42. Disponible en <https://revistas.uma.es/index.php/trans/article/view/3126/2883>, (acceso: 18/5/2021). También Margarita Merbilhaá, “1900-1919. La organización del espacio editorial”, en José Luis de Diego (dir.), *Editores y políticas editoriales en Argentina (1880-2010)*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2014 y de la misma autora “Semblanza de Biblioteca de *La Nación* (1901- 1920)”, *Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes - Portal Editores y Editoriales Iberoamericanos (siglos XIX- XXI) - EDI-RED*, 2017: <http://www.cervantesvirtual.com/nd/ark:/59851/bmc99089>, (acceso: 18/5/2021).

³ Sobre el rastreo de las concepciones de los impulsores en los rasgos materiales de los libros ver el análisis de la *Biblioteca Azul* en Roger Chartier, *El mundo como representación. Estudios sobre historia cultural*. Barcelona, Gedisa, 2005.

⁴ AA.VV., *Tres novelas picarescas*, Buenos Aires, Biblioteca La Nación, 1901, p. 5.

⁵ Sandra Szir, “Discursos, prácticas y formas culturales de lo visual. Buenos Aires, 1880-1910”, en María Isabel Baldasarre y Silvia Dolinko (eds.), *Travesías de la imagen. Historia de las artes visuales en Argentina*. Buenos Aires, CAIA - Eduntref, 2011, vol.I, p.65.

⁶ El estroboscopio fue un instrumento que permitía visualizar un objeto giratorio en movimiento como si estuviera inmóvil, el zootropo consistía en una caja cilíndrica giratoria con figuras dibujadas en el interior. Al girarla, las figuras vistas a través de una rendija producían la ilusión óptica de una sola figura en movimiento. El kinetoscopio fue el antecedente inmediato del cinematógrafo.

⁷ Sobre cultura visual en Buenos Aires a principios del siglo XX, ver Sandra Szir, “Discursos, prácticas y formas...”, *op. cit.*, pp.65 y ss.

⁸ Desde fines del siglo XIX *La Nación* había publicado ocasionalmente volúmenes que condensaban en un solo tomo novelas que se habían ofrecido por entregas sucesivas en las páginas del periódico.

⁹ Bajo el término *Modernismo* englobamos todas las corrientes artísticas europeas surgidas en la última década del siglo XIX y primera del XX, que celebraron el avance económico y tecnológico posibilitado por la creciente industrialización, antes de que se tuviera conciencia de las verdaderas consecuencias que estas transformaciones

tendrían en la sociedad. Ellas adoptaron diferentes denominaciones y características según los países o ciudades europeas en que se concretaron como *Art Nouveau* en Francia y Bélgica, *Sezzesion* en Austria, *Jugendstil* en Alemania, o *Modernismo* en Catalunya.

¹⁰ Sobre el *Art Nouveau* en la arquitectura argentina ver Julio Cacciatore, “Del academicismo al eclecticismo. Ideas y propuestas”, en Alberto Petrini y Sergio López Martínez (dirs.), *Patrimonio arquitectónico argentino. Memoria del Bicentenario (1810-2010)*, vol. II, Buenos Aires, Presidencia de la Nación, 2010, pp.103-153. También Daniel Schavelzon y Héctor Karp, “La arquitectura de la clase media: el *Art Nouveau*”, en *Revista Crisis*, nro. 31, Buenos Aires, noviembre 1975. Algunos de los principales arquitectos extranjeros exponentes del *art nouveau* y otras corrientes del Modernismo llegados a Argentina fueron Virginio Colombo (1888-1927); Francisco Gianotti (1881-1967); Mario Palanti (1885-1979); Julián García Núñez (1875-1944); Alfred Massüe (1860-1923); Luis Dubois (1867-1916) y Oscar Ranzenhofer (1877-1929).

¹¹ Para una discusión sobre la Escuela de Nancy y el *art nouveau* en materia de libros, ver: Alistair Duncan y Georges de Bartha, *Art Nouveau and Art Deco Bookbinding. The French Masterpieces. 1880-1940*, Londres, Thames and Hudson Ltd, 1989, p.13 y ss.

¹² En tal sentido ver: Emiliano Clerici “El lujo de pertenecer: Imágenes en los carteles artísticos porteños (1898-1920)”, en Sandra Szir (comp.), *Ilustrar e imprimir. Una historia de la cultura gráfica en Buenos Aires, 1830-1930*. Buenos Aires, Ampersand, 2016, pp. 136-213.

¹³ Agradezco a los evaluadores de la publicación que me aportaron este interesante dato.

¹⁴ Sobre el diseño gráfico en Argentina y la evidencia de prácticas anteriores a mitad del siglo XX ver Gergich, Andrea, “Cuando el diseño aún no era diseño. El Instituto Argentino de Artes Gráficas en Buenos Aires en las primeras décadas del siglo XX”, Tesis de Maestría, Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, UBA, 2014, mimeo y también “El diseño antes del diseño. El Instituto Argentino de Artes Gráficas y el “protodiseñográfico” en Buenos Aires a comienzos del siglo XX”, en Sandra Szir (coord.), *Ilustrar e imprimir. Una historia de la cultura gráfica en Buenos Aires, 1830-1930*. Buenos Aires, Ampersand, 2016, pp. 237-268.

¹⁵ El volumen 304 del la colección presentó *El misterio del cuarto Amarillo* de Gastón Leroux y contuvo un retrato imaginario del protagonista. El volumen 376, *La isla del tesoro* de Robert L. Stevenson, presentó una ilustración representativa del mapa de la isla en cuestión.

¹⁶ El *similgravure* es una técnica que permite reproducir una imagen monocroma, compuesta de medias tintas, como si fuse una fotografía, utilizando papel encapado. En el caso del ejemplar de La Nación, las ilustraciones se imprimieron en el mismo papel que el texto y, si bien es difícil determinar con exactitud qué técnica se utilizó para la impresión de las imágenes, bajo la lupa se detectan puntos en mayor o menor proximidad que producen diferentes intensidades de grises denotando el empleo de la malla característica del fotograbado de medio tono, técnica que emplea una placa cubierta de colodión (sensible a la luz) para capturar una imagen y transferirla a la placa de impresión.

¹⁷ *The Strand Magazine* publicó *Primeros hombres en la luna* en diez entregas entre noviembre de 1900 y agosto de 1901, y *El sabueso de los Baskerville* se ofreció en nueve entregas que tuvieron lugar entre agosto de 1901 y abril de 1902.

¹⁸ Tomado de *La Nación*, 8 de noviembre de 1901, p.5.

¹⁹ Ver *La Nación*, 29 de noviembre de 1901, p.5.

¿Cómo citar correctamente el presente artículo?

Rodríguez Giavarini, Florencia; “Usos de lo visual en la colección Biblioteca La Nación (1901-1920). Modernidad in octavo para lectores ‘de su época’”. En *caiana. Revista de Historia del Arte y Cultura Visual del Centro Argentino de Investigadores de Arte (CAIA)*. No 18 | Primer semestre 2021, 28-39.

URL:

http://caiana.caia.org.ar/template/caiana.php?pag=articles/article_2.php&obj=407&vol=18

Fecha de recepción: 18 de agosto de 2020

Fecha de aceptación: 7 de abril de 2021