

La cultura impresa en los avisos publicitarios de la prensa gráfica en la Argentina durante el siglo XX

Alcances y proyecciones (PRIG 2016-2018)



Beatriz C. Valinoti y Alejandro E. Parada

Universidad de Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras, Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas-INIBI, Argentina /
bvalinoti@filo.uba.ar; aparada@filo.uba.ar

Resumen

Al inicio del siglo XX, surgieron proyectos democratizadores del acceso al libro, acompañados por procesos de urbanización y escolarización que signaron y modelaron a los “futuros públicos lectores”. En la construcción de la historia del libro, la edición y la lectura en la Argentina, una serie de investigaciones están aportando nuevos enfoques y reflexiones, lo que posibilita estudiar el cómo, el cuándo, los porqués, los usos del libro y los modos de la lectura, así como de las circunstancias y las estrategias desplegadas por la actividad editorial, la relación autor/editor, la comercialización, el perfil de los lectores y las prácticas que permitieron la apropiación de la cultura de lo impreso. Tomando esto como punto de partida el proyecto *La cultura impresa en los avisos publicitarios de la prensa gráfica en la Argentina durante el siglo XX. Alcances y proyecciones* se propone indagar acerca de algunas de las múltiples razones por las que hombres y mujeres han leído, dirigiendo la mirada a los avisos y folletos publicitarios en la comercialización de libros.

Palabras clave

*Historia de la lectura
Historia de la edición
Cultura impresa
Avisos publicitarios
Argentina*

Abstract

The print culture in advertisements of the printing press in Argentina during the twentieth century. Scopes and projections. At the beginning of the 20th century, there were emerged democratizing projects of book access emerging, accompanied by processes of urbanization and schooling that signed and shaped the “future readers”. In the construction of book history, edition and reading in Argentina, a series of researches are bringing new approaches and reflections, which makes it possible to study how, when, why of the uses of the book and the modes of reading, as well as the circumstances and strategies deployed by the editorial activity, the author / publisher relationship, the marketing, the profile of the readers and the practices that allowed the appropriation of the print culture. Taking this as a starting point the project *The print culture in advertisements of the printing press in Argentina during the twentieth century. Scopes and projections* seeks to inquire about some

Keywords

*History of Reading
History of Publishing
Print Culture
Advertisements
Argentina*

of the many reasons men and women have read, looking at advertising notices and booklets in book's marketing.

Artículo recibido: 31-10-2017. Aceptado: 24-11-2017

I. Introducción

La cultura impresa es un factor esencial de las sociedades contemporáneas. Y una de las formas en que se expresa es, de manera creciente, en la producción, circulación y consumo de libros. Se trata de un proceso complejo ligado a la dinámica económica, pero a la vez a las batallas intelectuales por la construcción de imaginarios sociales y nacionales. En la Argentina, al inicio del siglo XX, surgieron proyectos democratizadores del acceso al libro, acompañados por procesos de urbanización y escolarización que signaron y modelaron a los “futuros públicos lectores”. A partir de ese momento, las empresas editoriales buscaron ampliar las prácticas de lecturas, interpelando a nuevos sectores sociales con distintas y variadas colecciones.

Esto lleva a considerar que la edición y la lectura tienen una historia... Pero ¿cómo se construyen esas historias? ¿Por qué y cómo se editaba? Los lectores ¿cómo conocían sus libros? ¿Cuáles fueron los sujetos y los factores de transformación de las lecturas? Tomando esto como punto de partida, el proyecto *La cultura impresa en los avisos publicitarios de la prensa gráfica en la Argentina durante el siglo XX. Alcances y proyecciones*¹ se propone indagar acerca de algunas de las múltiples razones por las que hombres y mujeres han leído, dirigiendo la mirada a los avisos y folletos publicitarios de la comercialización de libros. Se entiende que estos sirvieron como testigos y registros del avance de la tecnología y estas transformaciones implicaron el desarrollo de un nuevo horizonte de lectores con nuevos intereses y necesidades.

Desde ese marco se buscarán respuestas a esas cuestiones entendiendo que esta es una valiosa oportunidad para conocer estrategias desplegadas y sentidos compartidos alrededor de la cultura impresa en diversas coyunturas económicas, políticas y culturales de la Argentina.

II. La Historia Cultural como punto de partida

La historia de la cultura se ha revitalizado en los últimos años para ocupar un espacio propio en el ámbito historiográfico, adquiriendo nuevas dimensiones desde una perspectiva que privilegia estudiar las prácticas culturales en un diálogo, más profundo que en décadas anteriores, con otras ciencias sociales. De este modo, ha ido adquiriendo sentido en sí misma y no como una categoría dependiente de otros niveles de análisis. Dentro de esta renovación fue posible construir, a partir de las prácticas humanas y sus creaciones, una historia de la producción y difusión de la cultura impresa, una historia social de los libreros, editores e impresores, una historia social de la lectura (Serna Alonso et al, 2005; Burke, 1996; Williams, 1994), donde es posible inscribir temas vinculados a los desarrollos de la cultura escrita y la oralidad

1. Este proyecto se encuentra en desarrollo en el marco de los Proyectos de Reconocimiento Institucional: La cultura impresa en los avisos publicitarios de la prensa gráfica en la Argentina durante el siglo XX. Alcances y proyecciones, (INIBI. Facultad de Filosofía y Letras, UBA) Duración: 2016-2018. Director: Alejandro E. Parada / Vicedirectora: Beatriz C. Valinoti. Participantes: Faustino G. Chirino, Federico von Baumbach, Marcelo J. Ojeda, María A. Vivardo y Lorena A. Araya Riveros.

2. En las bases de estos trabajos se encuentran las propuestas sobre bibliotecas, libros, edición, análisis de la forma de lectura que llevan adelante tanto Roger Chartier (1993, 1996, 1999, 2000b), Robert Darnton (1986, 1987, 2006, 2010), así como aportes multidisciplinares provenientes de los trabajos de Mijail Bajtín (1990), Lynn Avery Hunt (1989), Guglielmo Cavallo (1999), pasando por D. F. McKenzie (2005), Lisa Jardine y Anthony Grafton (1990), Armando Petrucci (1993; 1999; 2003), Walter Ong (1997) y las reflexiones de pensadores como Pierre Bourdieu (1990; 1998), Paul Ricoeur (1995; 1999), Michel Foucault (1998), Michel de Certeau (1993; 2007), Norbert Elías (1987), Alberto Manguel (1998), Umberto Eco (1992), Oscar Steimberg (1991) o Eliseo Verón (1999).

o la historia de la edición. Al pensarlos para el mundo de hoy, se contextualizan en reflexiones de mayor alcance que llevan a pensar el presente y el futuro de la cultura impresa, su relación con la revolución digital, el futuro del libro y las transformaciones en las formas de apropiación de los textos (Chartier; 2000a: 30).

Pero, ¿qué desarrollo han tenido en la Argentina estos estudios?² Sin dudas, esta historia está superando sus primeros pasos, consolidando equipos de investigación, organizando seminarios para la formación de nuevos especialistas³ y debatiendo sus producciones en encuentros académicos⁴, lo que facilita el intercambio de ideas y perspectivas a la vez que enriquece y fortalece los análisis. Sin embargo, y tal como se reconocía para el caso español (Infantes, et al., 2003; Martínez Martín, 2001; 2007), sin una tradición historiográfica que lo respalde⁵ existe la necesidad de edificar desde la base una Historia de la Edición, el Libro y la Lectura.

Sin embargo, una mirada atenta –aun en una apretada síntesis como la que aquí se presenta– muestra el importante desarrollo que han tenido estos estudios tendientes a consolidar este campo académico (a pesar de que su característica parece ser la fragmentación y la dispersión). Las investigaciones provenientes de la bibliotecología, la crítica literaria, la historia cultural e intelectual, la sociología y la antropología fueron dando forma a una serie de estudios en torno a la producción de libros (sin excluir a la prensa y otras publicaciones periódicas), los circuitos de comercialización y los modos en que han sido apropiados y resignificados (Saferstein; 2013:158 y 159).

Ello permite la construcción de un corpus que, sin pretensión de exhaustividad y atendiendo a dichas corrientes de análisis, incluye el proyecto para reconstruir la historia de la civilización impresa en su articulación con la bibliotecología y la historia de la edición (Parada 1998, 2000, 2002, 2003, 2006, 2007, 2012, 2013), la reconstrucción y el devenir del mundo editorial y la figura del editor en nuestro país (de Diego, 2006, 2007, 2009, 2010, 2015; Sagastizábal, 1995, 2002; Sorá, 2004 y 2009-2011) o los estudios de las redes transnacionales que tejieron los autores, los editores y otros profesionales del libro (de Diego, 2015; Dujovne, 2014, 2016; Dujovne y Sorá, 2010; Dujovne y García, 2011/12; Espósito, 2008 y 2009; Sorá, 2002, 2010).

Estos aportes, no solo invitan a reflexionar y debatir epistemológicamente sobre la necesidad de definir conceptualizaciones y metodologías para analizar, interpretar y definir los objetos que son propios de esa historia sino que, al pensar en Argentina, se multiplican las interrogantes a develar: ¿es posible afirmar que cambiaron ciertas prácticas de lectura como consecuencia de algunas innovaciones tecnológicas producidas entre fines del siglo XIX y comienzos del XX?, ¿cuál es el papel de los editores en ese proceso?, ¿por qué se desarrolla la industria editorial?, ¿cuáles son las perspectivas de desarrollo y crecimiento a lo largo del siglo XX? ¿Cómo se conocían los libros?, ¿cuáles fueron los sujetos y los factores que transformaron las lecturas?, ¿cómo indagar sobre las razones por las que hombres y mujeres han leído?, ¿es factible conectarlas con cambios económicos y sociales que cimentaron y expandieron nuevos vínculos sociales?

Es importante recordar que, con el inicio siglo XX, surgieron proyectos democratizadores de acceso al libro, acompañados por procesos de urbanización y escolarización, que signaron y modelaron a los “futuros públicos lectores”. En ese contexto, diversas empresas editoriales buscaron ampliar esas prácticas lectoras, que habían comenzado a transformarse después de la ley 1420 de *educación común, obligatoria y gratuita* (8 de julio de 1884) y se había complementado con la Ley Láinez de 1905, lo que permitió interpelar a nuevos sectores sociales (Romero y Gutiérrez, 1995). Eso fue posible porque se dio en el despliegue de una sociedad moderna, capitalista, que generaba nuevos discursos que irrumpían en una circunstancia histórica novedosa y

3. Como los que desarrollan desde el Centro de Investigaciones Sociales (IDES-CONICET); la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional de La Plata o desde la Carrera de Bibliotecología en la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires.

4. Destacan en este sentido no sólo las II Jornadas sobre la Historia de las Políticas Editoriales en Argentina realizadas en la Biblioteca Nacional de Argentina, sino también los Coloquios sobre el Libro y la Edición (organizado el primero por la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional de La Plata y el otro por la Programa de Historia y Antropología de la Cultura del Instituto de Antropología de Córdoba, Universidad de Córdoba), las Jornadas desarrolladas en el Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas, una en 2012 y otra este año, a lo que hay que sumar las distintas mesas temáticas que reunieron a especialistas en otras reuniones, como por ejemplo las IV y V Jornadas de Investigación en Edición, Cultura y Comunicación (Carrera de Edición, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires), el espacio brindado dentro de las presentaciones e investigaciones del Centro de Estudios Económicos de la Empresa y el Desarrollo (CEEED), en las XII Jornadas de Sociología o las XVI Jornadas Interescuelas de Historia.

5. El caso más paradigmático es el francés, el cual, siguiendo la propuesta teórica-metodológica de *Annales*, pasó por la fase de los grandes estudios macroanalíticos de la producción impresa apoyados en la historia serial y cuantitativa del libro –la *Bibliographie de la France*– y microanalíticos sobre las bibliotecas de los grupos sociales, es decir una historia francesa del libro, sobre la historia económica y social dibujada por Febvre y Martin en 1958 [1962], para desembocar en la *Histoire de la l'édition française*, dirigida por H.-J. Martin y R. Chartier (1983-1986).

singular. Ese es el caso de la publicidad, que nace y crece junto con el desarrollo del mercado moderno, e históricamente constituye una manifestación de la búsqueda de contactos entre diversos sujetos colectivos y anónimos. Con el desarrollo de las sociedades industriales, en las que crecieron los centros urbanos y los medios masivos de comunicación (Habermas, 1981), los avisos publicitarios pusieron cada vez más en contacto sujetos anónimos y colectivos que ofrecen y demandan variedades crecientes de productos, entre ellos, los de la cultura impresa.

En la Argentina, la mayoría de los trabajos históricos que se han dedicado a analizar la publicidad y la propaganda lo han hecho a partir de estudios del consumo, de la modernización de las costumbres, de los cambios introducidos en la vida cotidiana o por las estrategias de venta implementadas por comerciantes e industriales, principalmente, durante las primeras décadas del siglo XX. Las relaciones entre consumidor y productor (que se distanciaban en medio de la masividad), se volvieron más directas a través del novedoso fenómeno de la publicidad imbricado, a su vez, en el nuevo papel de los medios de información y comunicación (Rocchi, 1998, 2000, 2003). Es por esto que los avisos de las publicaciones periódicas permiten descubrir un renovado horizonte de lectores con diferentes intereses y necesidades, donde los diarios, los *magazines* y las revistas, permanecen como registro de esas transformaciones reflejando, a partir de otra manera de leer, los intereses de una sociedad que había cambiado tras la emergencia de nuevos sectores alfabetizados y que buscaba en esas páginas respuesta a nuevas inquietudes (Romano, 2004).

Así, este proyecto se propone analizar distintas publicaciones periódicas, recorriendo avisos y folletos publicitarios, poniendo de manifiesto que estas pueden ser un muestrario para un nuevo y particular mundo: el de los consumidores del mundo escrito; lo que incluye a los libros y otro tipo de productos editoriales pero que no deja afuera a los papeles, las tintas, las máquinas de escribir, los escritorios y las bibliotecas.

R. Darnton afirmó que los libros fueron los que, al diseminarse por todo el orden social, ayudaron a fundar desde la selección textual un nuevo imaginario político, económico, cultural y social. De ese modo, a partir de recortes, reescrituras, inclusiones o exclusiones, el mundo del impreso fue uno de los medios elegidos desde donde se elaboró un proyecto que intentaba no solo ampliar la República de las Letras sino también empezar a dar forma al sujeto político que está llamado a construir la nación. Para encontrar elementos que permitan reconstruir esos itinerarios del libro, propuso, entre otras alternativas, dirigir la mirada a los avisos y folletos publicitarios que permitieron la comercialización de los libros, entendiendo que estos son un buen lugar para encontrar sentidos compartidos, entre el mundo del impreso, editores y lectores (Darnton, 1993, 2006, 2008). Pero, ¿fue así para el caso aquí considerado? Este parece ser nuestro sugerente punto de partida.

III. Objetivos e hipótesis de Investigación

Al mirar las primeras décadas del siglo XX argentino los cambios políticos, sociales, demográficos y culturales permiten hablar de la aparición de un nuevo país. Y el mundo editorial no permanece ajeno a ellos: desde la autonomía de la profesión del editor que se distingue tanto del librero como del impresor; la entrada en una economía del mercado que produce un nuevo público lector a partir de la oferta de nuevos productos editoriales; hasta la multiplicación de las bibliotecas populares, escolares o las de clubes y sociedades de fomento; sin por ello dejar de considerar la profesionalización de los escritores que comienzan a vivir de su pluma, transformándose el lugar que ocupa el autor.

Este proceso también se vio acompañado de nuevas formas de comercialización y distribución: lecturas por entregas, folletines, publicidad para vender colecciones, catálogos, ventas en cuotas, la transformación del mundo de la librería y su diversificación a través de la creación de renovados circuitos libreros. En consecuencia, para lograr nuevas explicaciones de procesos que se complejizaron se proponen como objetivos generales:

- » Relevar y jerarquizar bibliografía sobre avisos publicitarios de la cultura impresa en perspectiva histórica y teniendo en cuenta múltiples enfoques, tales como la comunicación social, la semiología, las teorías de los medios, el diseño gráfico, la comunicación visual, las relaciones texto-imagen.
- » Describir y analizar los alcances y los límites de los avisos publicitarios de libros en medios gráficos como fuentes de la historia del libro, de la edición y de la lectura.

Y como objetivos específicos:

- » Realizar una primera localización y relevo de avisos publicitarios de libros en la prensa gráfica argentina durante el siglo XX.
- » Contextualizar y jerarquizar los avisos publicitarios en los medios gráficos en el contexto del proceso de su emergencia y consolidación del libro como un objeto-mercancía.
- » Analizar los avisos publicitarios en sus vínculos con las estrategias y discursos de los actores de la industria editorial: editores, impresores, impresores-editores, libreros, libreros-editores, bibliotecas, circuitos formales e informales de distribución, entre los principales.
- » Analizar las estrategias empresariales editoriales comparando los avisos publicitarios, dirigiendo la atención a los productos que se publicitan: la propia empresa editorial, libros importados o de producción nacional, colecciones, libros novedades y/o de fondo, y sus diferentes tipos: libro literario, técnico, académico, de divulgación, religioso, infantil, entre otros.
- » Observar y analizar referencias y señales a compradores y lectores en los avisos, así como a posibles prácticas de lectura sugeridas en ellos, y a los vínculos tanto con la materialidad y textualidad de los libros ofrecidos como con los editores y libreros.

Entendiendo la publicidad como práctica de la comunicación social y como emergente de la moderna sociedad capitalista, se formulan las siguientes hipótesis:

- » El estudio de los contenidos, las formas y los usos de las relaciones texto-imagen de los avisos publicitarios, en los que se manifiesta la cultura impresa constituyen fuentes relevantes para abordar el estudio de las sociedades contemporáneas y fortalecer la historia de la lectura, del libro y de la edición.
- » La dinámica de los avisos publicitarios de libros en medios gráficos contribuye al conocimiento, comprensión y complejidad del proceso de emergencia, expansión y consolidación de la edición por parte de empresas editoriales, las que desplegaron variadas estrategias de promoción y difusión de libros en un mercado capitalista creciente.
- » El análisis diacrónico de la textualidad y universo de imágenes de los avisos publicitarios colabora en la historización de las transformaciones que se produjeron en la historia de la edición y la lectura en la Argentina.
- » El registro y análisis comparativo de avisos publicitarios en cuanto a casos (de empresas e instituciones editoras, de tipos de colecciones de libros-técnicos, literarios, infantiles, entre otros) y en diversos períodos dentro del lapso seleccionado para este proyecto, permitirá observar que la dinámica de textualidad

(imagen y texto) de esos avisos es a la vez emergente y factor del proceso de especialización editorial en la Argentina.

IV. Metodología

La propuesta metodológica que se utilizará en este proyecto considera necesario avanzar en la investigación de estos temas por medio de la utilización de los métodos cualitativos. Los supuestos epistemológicos, hermenéuticos y teóricos implicados en esta opción metodológica tienen relación con una mirada desde la fenomenología de la realidad histórica a estudiar. Eso implica afirmar que existe una construcción del fenómeno, hecha por los sujetos a partir del contexto social, económico, político, cultural, religioso y geográfico particular. En este sentido, comprender los significados que los actores sociales le atribuyen al fenómeno, la influencia de los factores socioculturales en la vivencia del mismo y la multiplicidad de realidades que asumen es fundamental para el abordaje del tema. De esta forma se entiende que la realidad solo puede ser comprendida a partir de los significados que las personas (individual o colectivamente) le dan a los objetos, lo que significa que las relaciones sociales están basadas en el intercambio de interpretaciones mutuas. Esta elección no descarta la utilización de herramientas como la estadística y la entrevista, siguiendo pautas diseñadas por la historia oral.

El uso de metodologías cualitativas, y en particular, de metodologías de observación, y de comparación, principalmente con otras Ciencias Sociales que han estudiado temáticas sobre la lectura y la escritura, así como las que provee las que instrumenta el método histórico, y dentro del método interpretativo, la implementación del método indiciario que propone Carlo Ginzburg (1994), constituyen una manera muy pertinente de recoger información sobre situaciones complejas o situaciones en las cuales se quiere profundizar en niveles de análisis.

V. Avances en la investigación

Para realizar las actividades programadas se establecieron una serie de reuniones del equipo de investigación⁶, con el objetivo de discutir la bibliografía pertinente, intercambiar ideas y compartir los resultados que se van obteniendo. Así se definieron como temas de trabajo:

Una bibliografía de la cultura impresa argentina. Eduardo Luis Rubí y Nelly Ana Durand

La recopilación de fuentes documentales sobre la historia del libro, de las bibliotecas, de la imprenta, de las editoriales, del periodismo y de la lectura en la Argentina es una asignatura pendiente para los profesionales de la información. Si bien hubo algunas iniciativas en el pasado, estuvieron caracterizadas por dos rasgos sobresalientes: fueron intentos fragmentarios y discontinuos. De allí que uno de los propósitos fundamentales de esta bibliografía es la compilación sistemática y continua de registros, y asegurar su mantenimiento y acceso a la ciudadanía, como una forma de aportar al sostenimiento de la memoria histórica y cultural de nuestro país.

Se trata de un estudio descriptivo en el que participarán profesores y estudiantes de la Carrera de Bibliotecología del ISFT No. 182 de la localidad de San Miguel, dependiente de la Dirección General de Cultura y Educación de la Provincia de Buenos Aires. Se utilizará distintos tipos documentales como fuentes, tanto en formato impreso como digital: bibliografías propiamente dichas; referencias bibliográficas insertas

6. Se ha articulado con la propuesta de investigación del PRIG los proyectos desarrollados dentro de la Línea Histórica de Investigación del INIBI (Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas).

en monografías y artículos científicos; catálogos (de bibliotecas, de editoriales, de librerías y de subastas); obras monográficas; publicaciones seriadas de toda índole (diarios, revistas y otras); índices de publicaciones periódicas; tesis; folletos; actas de congresos, simposios, jornadas, etc.; epistolarios; archivos; memorabilia; ex-libris; documentos iconográficos, sonoros, fotográficos, etc.

Para el registro documental se utilizará un sistema integral que permita el acceso tanto para carga como para consulta desde cualquier punto geográfico. Los registros ingresados podrán ser en texto completo o solamente referencial, de acuerdo a la disponibilidad de las fuentes originales. El fin último es el de crear un repositorio de acceso abierto que esté disponible para los usuarios de múltiples disciplinas que se aboquen a los estudios culturales de nuestro país, y demás, independientemente de su soporte, desde la época colonial hasta la actualidad.

La cartografía antigua como fuente de información: aportes para un modelo de descripción documental. Graciela Bienes

El mapa es el modelo de representación más antiguo creado por el hombre. Ha precedido a la escritura y a la notación matemática. Es también un modelo universal, fue adoptado por la mayoría de las culturas como instrumento para reproducir su entorno.

Para las bibliotecas, desde el punto de vista del procesamiento técnico, los mapas antiguos constituyen una de las tipologías documentales más complejas. Por la doble naturaleza, cartográfica e histórica, de estos recursos de información tan especiales, por la variedad de las características iconográficas y simbólicas que presentan y por los elementos artísticos empleados en su ornamentación, su análisis documental no es sencillo. Esta tarea a veces se torna aún más trabajosa por la ausencia de datos (debido a que no fueron consignados en el momento de su creación, o bien, a la pérdida de soporte) y por las lenguas extranjeras o arcaicas en la que están expresados los rótulos y textos que incluyen. Es necesario un examen en profundidad de los aspectos internos y externos de estos documentos para elaborar registros, con detalles precisos y exhaustivos, que puedan satisfacer las necesidades de información de los investigadores de diferentes disciplinas que requieran su consulta.

En este trabajo se formula un modelo de descripción del material cartográfico antiguo basado en dos normas internacionales, ISBD (CM) y AACR2, en el que cobra relevancia el área de notas. Entre los objetivos de este proyecto, merecen señalarse la normalización de las notas a través de una terminología controlada y homogénea, la identificación de información referida al diseño y a la simbología empleados en la cartografía antigua y a su contexto histórico, cultural y científico de producción y la aplicación de este modelo a la descripción del material cartográfico elaborado en nuestro país a partir del siglo XIX.

La donación de José Federico Finó a la "Biblioteca Central Augusto Raúl Cortazar": huellas de un humanista argentino del siglo XX. María Vivardo y Lorena Araya Riveros

En esta oportunidad, se pretende mostrar los avances en relación con el estudio de la colección bibliográfica perteneciente al erudito José Federico Finó, donada a la Biblioteca Central de la Filosofía y Letras en la década de 1970. La Colección Finó nos ha permitido realizar un análisis desde una óptica microhistórica. Considerando el volumen del acervo y sus características, se han delineado una serie de elementos que nos pueden ayudar a reconstruir la evolución de una biblioteca particular. Se busca graficar cómo se fue configurando la colección en relación con la línea de tiempo de la vida del donante. Se manifiesta el uso intensivo de los libros por parte

de su propietario: ex libris, marcas de lectura, enmiendas, agregados de bibliografía, noticias, fotos y marginalia. Los vínculos entre las obras ejemplifican una relación dialógica y de apropiación activa.

En base a los datos estadísticos se verifica que las principales temáticas corresponden a literatura, historia medieval y bibliotecología. De cierta forma, la colección es un reflejo de los intereses del erudito. Pero además, vemos cómo el acervo se extiende hacia otras preferencias literarias. Los libros dedicados son de utilidad para estudiar el círculo de amistades y/o profesionales del donante, exhibiendo su vida intelectual. Otra interrogante es observar de qué manera los libros fueron adquiridos, ayudándonos a reconstruir el circuito del impreso. Por último, se esbozan algunas dificultades metodológicas referidas a la representatividad de la muestra analizada: si existen otros libros de Finó sin contabilizar en otras bibliotecas de la UBA y sobre la especificidad de nuestro estudio ¿Sería posible detectar rasgos similares en otras donaciones? Y más aún, ¿cómo se puede revalorizar la Colección Finó? ¿A través de qué instrumentos?

Prácticas de lectura del alumnado y desarrollo de la colección en la Biblioteca del Colegio Nacional de Buenos Aires (1863-1868): su influencia en las ideas de la generación del '80. Faustino Chirino

Debido a su historia y colección la biblioteca del Colegio Nacional de Buenos Aires es una de las más importantes bibliotecas de enseñanza media de la Argentina. Se fundó conjuntamente al Colegio en 1863, por decreto del Presidente Bartolomé Mitre, aunque ambas instituciones presentan una historia previa que se remonta al siglo XVII con la fundación del Colegio de San Ignacio. El período a investigar comprende los años 1863-1868, etapa de gestación del Colegio a la que se refiere el libro *Juvenilia* de Miguel Cané, en la que se formó parte de la elite política que gobernó el país bajo la denominación "Generación del '80". La investigación tiene como objetivo analizar las prácticas de lectura surgidas de la relación alumnado-biblioteca y su incidencia en las ideas de la Generación del '80.

Juvenilia en la prensa gráfica argentina del siglo XX: representaciones del ideario de la generación del '80. Faustino Chirino

La novela *Juvenilia* de Miguel Cané, según Aníbal Ponce el "hombre más representativo de la Generación del '80", texto que según el mismo autor cierra el período de formación cultural del escritor, ha tenido desde su publicación en el año 1882 un sinnúmero de ediciones y forma parte del canon de las letras argentinas. En tanto memorias de juventud, el libro se impregna con las ideas de la generación del '80 y presenta a algunas de sus figuras destacadas. La hipótesis de esta investigación se apoya en la idea de que las publicidades de ediciones de *Juvenilia* aparecidas en la prensa gráfica durante el siglo XX responden, en relación con el período de publicación, al ideario de la Generación del '80.

Tintas, bibliotecas y colecciones. La cultura escrita en los avisos de Caras y Caretas. Beatriz Cecilia Valinoti

En Argentina, durante los últimos años del siglo XIX y los primeros del siglo XX, junto con el desarrollo industrial y el cambio tecnológico, aumentó tanto en cantidad como en calidad la edición de diarios y revistas. Y dentro de estas serán las revistas ilustradas, uno de los lugares donde mejor se muestra esa zona de cruce que permite la aparición de nuevas formas de leer y escribir a la vez que posibilitan la instauración de nuevos campos de lectura y mercados culturales. Entre ellas destaca *Caras y Caretas*, un semanario que no solo estuvo presente en el cambio de siglo, sino que al circular entre sectores medios y populares, adquiere un nivel de significación que permite

dar cuenta de las estrategias desplegadas, sentidos compartidos y representaciones que los lectores se hacen del mundo.

Tomando esto como punto de partida, el objetivo que se busca con esta investigación es analizar la selección de avisos publicitarios que desde las páginas de ese semanario registran la difusión de libros, bibliotecas, colecciones y materiales vinculados con prácticas de escritura. De este modo y siguiendo las sugerencias de R. Darnton, la propuesta es rastrear en los avisos publicitarios indicios de las formas y las prácticas mediante las cuales los ciudadanos se apropiaron de la cultura del libro y la lectura, comenzado a rescatar, como sugiere Alejandro E. Parada, ese continente perdido de la vida cotidiana donde se referencia la cultura escrita en los inicios del siglo XX en Argentina.

La difusión de la lectura en la revista Panorama (1964-1965): primera aproximación.
Silvina Tau

El objetivo de la presente investigación es reconstruir una historia de la lectura de mediados de la década de 1960 en la Argentina, una época tan prolífica desde el punto de vista de la creación y de la producción intelectual, y analizar cómo se ve reflejado en el consumo cultural de un determinado sector social. La idea central consiste en efectuar un acercamiento al desarrollo cultural, a la luz del mercado editorial de esa época, a partir del análisis de la revista *Panorama* teniendo en cuenta que se trata de una publicación destinada a un público masivo. Se pretende realizar un sondeo de lo que se promocionaba para la lectura y qué preferencias se intentaban desarrollar en los lectores.

Armemos al lector: el semanario Esquiú, una cruzada moral. María Valle

Cada ejemplar del semanario *Esquiú*, editado desde 1960 hasta 1985, cuando fue vendido al movimiento eclesial Comunión y Liberación –que lo cerraría en 1993– fue preparado para esta tarea: dar armas –o herramientas, en un sentido más pacífico– a los cristianos para que pudieran interpretar la realidad desde la fe católica y ser agentes de cambio al mismo tiempo que defensores de la fe y la moral.

El objetivo de este trabajo es mostrar la presencia de esta actitud defensiva pero, al mismo tiempo, combativa del semanario *Esquiú* en el territorio de la cultura argentina, en la capa media y media-baja de la sociedad a la que iba dirigido. Y mostrar la pretensión de darle a estos lectores “armas” con las cuales defenderse a sí mismos y, por extensión, a la Iglesia Católica en el país, de las amenazas laicistas y ateas que se cernían, a su entender, en el período señalado. Se sostiene, además, que esta actitud defensiva terminó por convertir a este semanario filoclerical en cómplice de un gobierno cívico-militar totalitario y genocida.

Revista Summa: la publicidad dirigida a los arquitectos y diseñadores. Marcelo Ojeda

La presente investigación busca encontrar los rastros de la cultura impresa que se encuentra en la revista *Summa*, entre las características destacables podemos enumerar su lanzamiento al mercado en abril de 1963 y desde 1993 continúa hasta la fecha como *Summa+*; está dirigida a los arquitectos y otros profesionales del diseño con artículos de calidad que abarcan el diseño, teoría, crítica, concursos y tecnología con un enfoque novedoso en su momento, dirigida a la actividad nacional y latinoamericana; y que daba un espacio de difusión a las nuevas corrientes arquitectónicas que por aquellos años no tenían cabida en otras publicaciones de la misma temática.

En esta primera etapa se seleccionó para trabajar el período 1963-1973 (números 1 al 69), la primera década de publicación, y posteriormente se avanzará en la clasificación y ordenación del material –mayoritariamente los avisos publicitarios que posean algún tipo de rastro de las diversas formas de consumo de la cultura impresa– lo que permitirá el estudio de rastros que posibiliten identificar el perfil del consumidor promedio que la publicación proyectaba: género, nivel cultural, edad y su relación con la tecnología.

Primeras publicidades del CEAL en los diarios La Nación y Clarín: Federico Von Baumbach

En el marco general de la investigación acerca de quien fuera Jefe de Arte del CEAL (Centro Editor de América Latina), Oscar “Negro” Díaz, el objetivo central del presente trabajo se focaliza en identificar si determinadas decisiones de políticas editoriales del CEAL (1966-1994) circulaban en la construcción discursiva, a nivel publicitario, de los principales diarios argentinos de la segunda mitad de la década del 60, *La Nación* y *Clarín*.

Cuando incluimos el concepto *decisiones de políticas editoriales*, nos estamos refiriendo principalmente a corroborar hipotéticamente el lema que siempre tuvo el Centro Editor: darle difusión a los libros al más bajo precio posible, para llegar socialmente a la mayor cantidad de lectores. El estado actual de la investigación se encuentra en el análisis del período que va de abril a julio de 1967, con hincapié en el relevamiento inicial del diario *La Nación*. Con proyección de establecer el mismo proceso de análisis a futuro, dentro del período citado, en el caso del diario *Clarín*. En la metodología de consulta del diario *La Nación*, como primera instancia o avance parcial de la investigación, nos encontramos con tres publicidades: la primera corresponde al Suplemento Literario del periódico, de fines de abril de 1967, donde se difunde la colección *Enciclopedia Literaria* (dirigida por Aníbal Ford), destacándose el bajo precio en relación con la cantidad de páginas de la edición. Y donde además se definen tres categorías de destinatarios de la publicidad: profesor, alumno y lector culto general.

Las otras dos publicidades corresponden a mayo de 1967, y están ubicadas en la sección central del diario (Internacionales). Estas aluden a la primera colección del CEAL, *Serie del Encuentro*, y si bien se destaca el precio bajo de los libros, como sucede en la publicidad anteriormente mencionada, no se tiene en cuenta la cantidad de páginas de la edición (más páginas al menor precio) ni la categorización de los destinatarios, sino que adquiere relevancia la calidad literaria de los escritores que constituyen la colección en sí.

Acerca de la historia de la lectura. Reflexiones y modalidades polisémicas: Alejandro E. Parada

En el presente trabajo se realizan una serie de reflexiones sobre la Historia de la Lectura. Se analizan, especialmente, un conjunto de aproximaciones sucesivas a la problemática de su definición. Entre otros aspectos se señala su comportamiento complejo y ambiguo; además se hace particular referencia a su modalidad polisémica como objeto de estudio y a la heterogeneidad disciplinar del contenido que abarca. En un primer momento se posiciona a la Historia de la Lectura dentro de la Nueva Historia Cultural; luego se presenta su dinámica interdisciplinaria en el contexto de las Ciencias Sociales; a posteriori se individualizan los conceptos que la caracterizan (prácticas, usos, apropiaciones, representaciones, y respuestas de los lectores ante los textos); finalmente se puntualiza la importancia de la Bibliografía Material, de la nueva Paleografía, de la crisis del autor, de los cambios

en los soportes, y de la Historia de la Escritura para comprender el fenómeno de la lectura y del libro en todas sus manifestaciones. El artículo concluye con el concepto fundamental de que toda obra impresa es una elaboración multiforme, coral y colectiva, donde se entrecruzan varios animadores y protagonistas: autores, editores, lectores, materialidades, discursos lingüísticos, distribuidores, diseñadores, etc. Por último, con el objetivo de recapitular lo expuesto, se propone una definición preliminar de esta disciplina en el epicentro de la Cultura Escrita como materia aglutinante, mediante la formulación de dos preguntas imprescindibles: ¿qué es la Historia de la Lectura? y ¿cuáles son las sensibilidades y pasiones lectoras?

VI. A modo de conclusión: de la Historia de la Edición hacia la Historia de la Lectura

Una vez desarrollados, en la primera parte de esta Nota de Investigación, los objetivos, intencionalidades y resúmenes de los trabajos encuadrados en el Programa de Reconocimiento Institucional de Investigadores Graduados (PRIG) de la Facultad de Filosofía y Letras de la UBA, bajo el título de *La cultura impresa en los avisos publicitarios de la prensa gráfica en la Argentina durante el siglo XX: alcances y proyecciones* se impone, además, la necesidad de realizar un balance de la "I Jornada de Jóvenes Investigadores de la Cultura Escrita", realizada en el Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas (INIBI) el jueves 1º de junio de 2017, y que implica un resultado tangible de ese Programa. Esta reflexión es necesaria porque, en definitiva, cumple con dos objetivos: a) esbozar el contenido del PRIG en la totalidad de sus lineamientos, y b) exhibir el desenvolvimiento de esas líneas de investigación a un año de su inicio.

Un primer aspecto a destacar es, particularmente, la variedad de accesos al objeto de estudio propuesto por el PRIG y abordados en la I Jornada. No es fácil circunscribir el universo de la cultura impresa en los avisos publicitarios de la prensa gráfica argentina durante el siglo XX. Esta centuria representó, por otra parte, promediando el siglo, el momento de auge de la producción de libros y se conoció como la "edad de oro" de la industria gráfica nacional. Este marco, entonces, demandaba la necesidad de exponer no una visión exhaustiva sino, por el contrario, elegir los mejores ejemplos que manifestarán la extraordinaria pujanza de dicha cultura en la Argentina. Aunque el recorte elegido parece menor: exclusivamente "los avisos publicitarios", este tema posee una amplitud inconmensurable en nuestra prensa gráfica.

En un segundo momento, cabe la pregunta: ¿cuáles son, dentro de esta matriz estipulada por la publicidad, los temas elegidos? Y en este aspecto, en forma particular, ¿en qué consiste la geografía de aquello que podemos denominar "el giro impreso publicitario"? Las temáticas propuestas intentaron dar respuesta a estas cuestiones y se dividieron en tres ejes troncales. I) La cultura escrita. Aportes desde la Bibliotecología; II) La cultura escrita. Aportes desde las publicaciones periódicas; III) De la cultura escrita a una Historia de la Lectura. Reflexiones teóricas.

Los tópicos seleccionados como nucleares fueron los siguientes: los estudios bibliográficos y su articulación con la Cultura Escrita argentina (Eduardo Luis Rubí y Nelly Ana Durand), la Cartografía y su génesis documental (Graciela Bienes), la biblioteca particular y su legado en las colecciones universitarias como instrumentación de las representaciones lectoras y librerías (María Vivardo y Lorena Araya Riveros), las prácticas de lectura de los alumnos del Colegio Nacional de Buenos Aires en su etapa fundacional (Faustino Chirino), la presencia del libro

Juvenilia de Miguel Cané en la prensa periódica (Chirino), la cultura escrita en el magazine *Caras y Caretas* durante el centenario de 1910 (Beatriz Cecilia Valinoti), la presencia de las representaciones de la lectura en la revista *Panorana* (Silvina Tau), el semanario *Esquiú* y sus modalidades lectoras e impresas (María Valle), la revista *Summa* y sus publicidades de la Cultura Escrita relacionada con el mundo de la Arquitectura (Marcelo Ojeda), la presencia de las prácticas publicitarias del Centro Editor de América Latina (CEAL) en los diarios *Clarín* y *La Nación* (Federico von Baumbach) y, finalmente, la aproximación a una definición polisémica de la Historia de la Lectura (Alejandro E. Parada).

Uno de los problemas más relevantes de la historia de la cultura impresa es la fragmentación y dispersión de sus diversas aproximaciones disciplinares. Cada uno de los temas arriba citados, por una parte, refleja esta fragmentación; pero, no obstante, han sido elegidos como una muestra representativa de la potencialidad de esta área de estudio que, inequívocamente, aún no fue tratada en forma sistemática y completa en la Argentina.

El PRIG, en su rica y compleja aproximación, postula una trazabilidad posible para encarar este asunto casi ingobernable. En sus puntos más significativos, postula varios enfoques vinculantes entre sí pero, a la vez, dialécticamente distanciados. Esas aproximaciones manifiestan la necesidad de tener un contexto teórico que defina la cultura gráfica desde la Historia de la Lectura y de la Edición, sin descuidar, de manera significativa, cada estudio en particular; en este último caso, nos referimos a la importancia de la microhistoria y la historia de la vida cotidiana para conocer el universo de los avisos en revistas como *Caras y Cartas*, *Panorama*, *Esquiú* y *Summa*. La elección de estas publicaciones periódicas no ha sido arbitraria, pues se trata de impresos donde lo publicitario se expresa de forma distinta debido a sus orientaciones en el plano de las ideas: la esfera de la divulgación y el entretenimiento (*Caras y Caretas*), la esfera política (*Panorama*), la esfera católica (*Esquiú*), y la esfera de la arquitectura (*Summa*).

De acuerdo a lo brevemente esbozado en las páginas anteriores, el panorama de los libros y de la edición en Argentina se transformó a lo largo de todo el siglo XX. Esa historia, que se escribe a partir de operaciones técnicas, económicas e intelectuales cada vez más complejas convirtió a los textos, a través de un proceso de selección, en objetos impresos que lograron circular por toda la sociedad. Esto, que termina por modelar sus apropiaciones y resignificaciones, son cuestiones centrales para comprender la historia de la lectura y las transformaciones de sus prácticas.

Por otra parte, un contexto teórico y metodológico que, con carácter multidisciplinar ha centrado los debates sobre historia de la cultura, al articular con la historia de la edición puede desplegar una preocupación por la lectura, lo que permite desarrollar una historia de dichas prácticas, entendiendo que el texto completa su existencia al ser leído y según el modo en que se lee. Por ello, sumándonos a la propuesta de J. Michon y J. Mollier (2001), entendemos que la historia de la edición es una proyección hacia la historia de la lectura, no como historia de las técnicas ni como historia literaria, sino como práctica cultural socialmente considerada, donde esa historia sea también la de sus prácticas, sus usos y significaciones. Y este parece ser solo el comienzo.

La cultura impresa, tal como lo demuestran estas investigaciones, requiere de otros requisitos: demanda los territorios de lo imaginario y lo real, en tanto prácticas y representaciones del acto de leer y escribir. Es por ello que debe imbricarse con la Cultura Escrita y la Bibliografía, con la génesis de lo fáctico

y la imaginación de la cartografía, con el ámbito de las bibliotecas particulares como concepciones materiales de la lectura y sus mundos, con la enseñanza y el aprendizaje institucionalizado de los procedimientos lectores y de escritura en una instancia decimonónica identificada en el Colegio Nacional de Buenos Aires, con el recorrido paradigmático de una obra clásica de la Literatura Argentina –*Juvenilia*– y sus entrecruzamientos con el ideario de la Generación del 80 en la gráfica de ese período, y con la discusión acerca del espacio gráfico entre una editorial contestataria (CEAL) y sus avisos publicados en los diarios *Clarín* y *La Nación*, entre otros temas de este proyecto de investigación colectiva.

Todo esto y mucho más constituye el PRIG *La cultura impresa en los avisos publicitarios de la prensa gráfica en la Argentina durante el siglo XX: alcances y proyecciones*: un pequeña gran historia que ahora ha comenzado a narrarse.

Referencias Bibliográficas

- » Bajtin, Mijail. 1990. *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento: el contexto de François Rabelais*. Madrid: Alianza.
- » Bourdieu, Pierre. 1990. *Sociología de la cultura*. Barcelona: Grijalbo.
- » Bourdieu, Pierre. 1998. *Capital cultural, escuela y espacio social*. México: Siglo XXI.
- » Burke, Peter. 1996. *Formas de hacer Historia*. Madrid: Alianza.
- » Cavallo, Guglielmo. 1999. *Del signo incompleto al signo negado*. Barcelona: Universitat de València.
- » Certeau, Michel de. 1993. *La escritura de la historia*. México: Universidad Iberoamericana.
- » Certeau, Michel de. 2007 [1990]. *La invención de lo cotidiano. I. Artes de hacer*. México: Universidad Iberoamericana, Departamento de Historia, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.
- » Chartier, Roger. 1996. *El mundo como representación: Estudios sobre historia cultural*. España: Gedisa.
- » Chartier, Roger. 1999. *Cultura escrita, literatura e historia*. México: Fondo de Cultura Económica.
- » Chartier, Roger. 2000a. *El juego de las reglas: lecturas*. México: Fondo de Cultura Económica.
- » Chartier, Roger. 2000b. *El orden de los libros: Lectores, autores, bibliotecas en Europa entre los siglos XIV y XVIII*. Barcelona: Gedisa.
- » Darnton, Robert. 1987. *La gran matanza de gatos y otros episodios en la historia de la cultura francesa*. México: Fondo de Cultura Económica.
- » Darnton, Robert. 1993. Historia de la lectura. En Burke, Peter, ed. *Formas de hacer historia*. Madrid: Alianza. p. 177-208.
- » Darnton, Robert. 2006 *El negocio de la Ilustración. Historia editorial de la Encyclopédie, 1775 – 1800*. México: Fondo de Cultura Económica.
- » Darnton, Robert. 2008. Retorno a ¿Qué es la historia del libro? En *Prismas*. N°12. Universidad Nacional de Quilmes. p. 157-168.
- » Darnton, Robert. 2010. *El beso de Lamourette: reflexiones sobre la historia cultural*. Buenos Aires. FCE.
- » de Diego, José Luis, dir. 2006. *Editores y políticas editoriales en Argentina, 1880-2000*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- » de Diego, José Luis. 2007. Políticas editoriales y políticas de lectura. En *Anales de la Educación común*. Tercer siglo. Año 3, no. 6, 38-44.
- » de Diego, José Luis. 2009. Cortázar y sus editores. En *Orbis Tertius*. Vol. 14, no. 15. <http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.4197/pr.4197.pdf> [Consulta: 23 octubre 2017].
- » de Diego, José Luis. 2010. Algunas notas sobre la edición en América latina. En *IX Congreso Argentino de Hispanistas: "El Hispanismo ante el Bicentenario"*. <<http://ixcah.fahce.unlp.edu.ar>> [Consulta: 23 octubre 2017].

- » de Diego, José Luis. 2015. *La otra cara de Jano. Una mirada crítica sobre el libro y la edición*. Buenos Aires: Ampersand.
- » Dujovne, Alejandro y Gustavo Sorá. 2010. Un hecho de política cultural: Argentina en la República Mundial de la Edición. En *Argentina país invitado de honor Feria del Libro de Frankfurt 2010*. Buenos Aires: Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto. p. 217-223.
- » Dujovne, Alejandro y Diego García. 2011/12. Introducción a la literatura mundial. En *Políticas de la Memoria*. N° 10-12. <<http://old.cedinci.org/politicas/PM10-11-12.pdf>> [Consulta: 23 octubre 2017].
- » Dujovne, Alejandro. 2014. *Una historia del libro judío. La cultura argentina judía a través de sus editores, libreros, traductores, imprentas y bibliotecas*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno editores.
- » Dujovne, Alejandro. 2016. La máquina de traducir: EUDEBA y la modernización de las ciencias sociales y humanas, 1958-1966. En *Papeles de Trabajo*. Vol. 10, 123-144.
- » Eco, Umberto. 1992. *Obra abierta. Forma e indeterminación en el arte contemporáneo*. Barcelona: Planeta-De Agostini.
- » Elías, Norbert. 1987. *El proceso de la civilización: investigaciones sociogenéticas y psicogenéticas*. México: Fondo de Cultura Económica.
- » Espósito, Fabio. 2008. Los editores españoles en Argentina: antecedentes de un desembarco. Redes comerciales, políticas y culturales entre España y Argentina (1892- 1938). En Altamirano, Carlos, dir. *Entre cultura y política: historia de los intelectuales en América Latina*. Buenos Aires: Katz.
- » Espósito, Fabio. 2009. Seix Barral y el boom de la nueva narrativa hispanoamericana: las mediaciones culturales de la edición española. En *Orbis Tertius*. Vol. 14, no. 15. <<http://www.orbistertius.unlp.edu.ar/article/view/OTv14n15d03/5009>>. [Consulta: 23 octubre 2017].
- » Febvre, Lucien y Henri-Jean Martin. 1962 [1958]. *La aparición del libro*. México: UTEHA.
- » Foucault, Michel. 1998 [1968]. *Las palabras y las cosas: una arqueología de las ciencias humanas*. 26a. ed. México: Siglo Veintiuno Editores.
- » Guinzburg, Carlo. 1994. *Mitos, emblemas, indicios. Morfología e historia*. Barcelona: Gedisa.
- » Gutiérrez, Leandro H. y José Luis Romero. *Sectores populares, cultura y política. Buenos Aires en la entreguerra*. Buenos Aires: Sudamericana.
- » Habermas, J. 1981. *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. Barcelona: G. Gili.
- » Hunt, Lynn Avery, ed. 1989. *The New Cultural History*. Berkeley: University of California Press.
- » Infantes, Víctor, López François y Jean François Botrel, eds. 2003. *Historia de la edición y de la lectura en España. 1472-1914*. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez.
- » Jardine, Lisa y Anthony Grafton. 1990. 'Studied for action': How Gabriel Harvey read his Livy. En *Past & Present*. No. 129, 30-78.
- » Manguel, Alberto. 1998. *Una historia de la lectura*. España: Alianza.
- » Martin, Henri-Jean y Roger Chartier. 1983-1986. *Histoire de l'édition française*. Paris: Promodis. 4 v.

- » Martínez Martín, Jesús A., dir. 2001. *Historia de la Edición en España (1836-1936)*. Madrid: Marcial Pons Historia.
- » Martínez Martín, Jesús A. 2007. *Historia socio-cultural: el tiempo de la historia de la cultura*. En *Revista de Historia Jerónimo Zurita*. No. 82, 237-252.
- » McKenzie, Donald Francis. 2005. *Bibliografía y sociología de los textos*. Madrid: Ediciones Akal.
- » Ong, Walter. 1997. *Oralidad y escritura. Tecnologías de la palabra*. México: Fondo de Cultura Económica.
- » Parada, Alejandro E. 1998. *El mundo del libro y de la lectura durante la época de Rivadavia: una aproximación a través de los avisos de La Gaceta Mercantil (1823-1828)*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras, Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas.
- » Parada, Alejandro E. 2000. Lectura y lectores en el Buenos Aires del Centenario: la lectura impresa en la vida cotidiana. En Leiva, Alberto David, coord. *Los días del Centenario de Mayo*. Buenos Aires: Academia de Ciencias y Artes de San Isidro. Vol. 1, p. 277-308.
- » Parada, Alejandro E. 2002. *De la biblioteca particular a la biblioteca pública: libros, lectores y pensamiento bibliotecario en los orígenes de la Biblioteca Pública de Buenos Aires, 1779-1812*. Buenos Aires: Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas; Errejotapé.
- » Parada, Alejandro E. 2003. La historia del libro, de las bibliotecas y de la lectura en la Argentina En *EDUCyT: Noticias de Educación, Universidad, Ciencia y Técnica*. Año 6, no. 214. <<http://www.fcen.uba.ar/prensa/educyt/2003/ed214b.htm#NOTA11>> [Consulta: 23 octubre 2017].
- » Parada, Alejandro E. 2006. La historia de la lectura como laberinto y desmesura. En *Hojas de Guarda*. No. 1, 89-100.
- » Parada, Alejandro E. 2007. *Cuando los lectores nos susurran: libros, lecturas, bibliotecas, sociedad y prácticas editoriales en la Argentina*. Buenos Aires: Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires.
- » Parada, Alejandro E. 2012. *El dédalo y su ovillo. Ensayos sobre la palpitante cultura impresa en la Argentina*. Buenos Aires: Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires.
- » Parada, Alejandro E., dir. 2013. *Cruces y perspectivas de la cultura escrita en la Argentina*. Buenos Aires: Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas. Facultad de Filosofía y Letras. Universidad de Buenos Aires.
- » Petrucci, Armando. 1993. Pratiche di scrittura e pratiche di lettura nell'Europa moderna. Presentazione En *Annali della Scuola Normale Superiore di Pisa. Lettere e filosofia*. Serie 111, vol. XXIII, no. 2, 382.
- » Petrucci, Armando. 1999. *Alfabetismo, escritura, sociedad*. Barcelona: Gedisa.
- » Petrucci, Armando. 2003. *La ciencia de la escritura: primera lección de Paleografía*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- » Ricoeur, Paul. 1995. *Tiempo y narración*. México: Siglo Veintiuno Editores.
- » Ricoeur, Paul. 1999. *Teoría de la interpretación. Discurso y excedente de sentido*. México: Siglo Veintiuno Editores.

- » Rocchi, Fernando. 1998. Consumir es un placer. La industria y la expansión de la demanda en Buenos Aires a la vuelta del siglo pasado. En *Desarrollo Económico*. Vol. 37, no. 148, 533-557.
- » Rocchi, Fernando. 2000. Inventando la soberanía del consumidor: publicidad, privacidad y revolución del mercado en Argentina, 1860-1940. En Fernando Devoto y Marta Madero, dirs. *Historia de la vida privada en la Argentina. Tomo II, La Argentina plural: 1870-1930*. Buenos Aires: Taurus. p. 301-321.
- » Rocchi, Fernando. 2003. La americanización del consumo. Las batallas por el mercado argentino, 1920-1945. En Barbero, María Inés y Andrés Regalsky, comp. *Americanización. Estados Unidos y América Latina en el siglo XX*. Caseros: UNTREF. p. 131-190.
- » Romano, Eduardo. 2004. *Revolución en la lectura. El discurso periodístico-literario de las primeras revistas ilustradas rioplatenses*. Buenos Aires: Catálogos.
- » Saferstein, Ezequiel. 2013. Entre los estudios sobre el libro y la edición: el "giro material" en la historia intelectual y la sociología. En *Información, Cultura y Sociedad*. No. 29, <http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17402013000200007&lng=es&tlng=es> [Consulta: 23 octubre 2017].
- » Sagastizábal, Leandro de. 1995. *La edición de libros en la Argentina: una empresa de cultura*. Buenos Aires: Eudeba.
- » Sagastizábal, Leandro de. 2002. *Diseñar una nación: un estudio sobre la edición en la Argentina en el siglo XIX*. Buenos Aires: Norma.
- » Serna Alonso, Justo y Anacleto Pons. 2005. *La historia cultural. Autores, obras, lugares*. Madrid: Akal.
- » Sorá, Gustavo. 2002. Frankfurt y otras aduanas culturales entre Argentina y Brasil. Una aproximación etnográfica al mundo editorial. En *Cuadernos de Antropología Social*. No.15, 125-143.
- » Sorá, Gustavo. 2004. Editores y editoriales de Ciencias Sociales: un capital específico. En Neiburg, Federico y Mariano Plotkin, comps. *Intelectuales y expertos. La constitución del conocimiento social en la Argentina*. Buenos Aires: Paidós. p. 265-292.
- » Sorá, Gustavo. 2010. Misión de la edición para una cultura en crisis. El Fondo de Cultura Económica y el americanismo en Tierra Firme. En Altamirano, Carlos, dir. *Historia de los Intelectuales en América Latina*, Volumen II. Madrid-Buenos Aires: Katz. p. 537-566.
- » Sorá, Gustavo. 2009-2011. Libros para todos y modelo hispanoamericano. En *Políticas de la Memoria*, N° 10/11/12, 125-142. <<http://old.cedinci.org/politicas/PM10-11-12.pdf>> [Consulta: 23 octubre 2017]
- » Steinberg, Oscar. 1991. *Semiótica de los medios masivos*. Buenos Aires: Ediciones Culturales Argentinas.
- » Verón, Eliseo. 1999. *Esto no es un libro*. Barcelona: Gedisa.
- » Williams, Raymond. 1994. *Sociología de la cultura*, Barcelona: Paidós.

