



Pensar catálogos y diseñar colecciones: herramientas teórico-metodológicas para historizar la edición argentina

Mg. María Eugenia Costa

Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación,
Instituto de Investigaciones en Humanidades y Ciencias Sociales, Ensenada, Argentina.

ecosta@fahce.unlp.edu.ar

Resumen: En base a diversos aportes bibliológicos, historiográficos e interdisciplinarios, se realiza un balance crítico en torno a la noción de catálogo, atendiendo a la categorización de colección. Por un lado, se considera la presentación material, formal y visual del catálogo en tanto bien efímero de carácter comercial; por otro, se plantea su valor simbólico e identitario. Teniendo en cuenta ambos aspectos se indaga sobre las funciones de los catálogos de mediados del siglo XX en Argentina, procurando establecer relaciones con las políticas editoriales que los sustentan. A partir de las fuentes documentales relevadas se describen variadas tipologías de catálogos. Se examinan las distintas estrategias publicitarias y mercantiles empleadas para la difusión de los fondos y novedades editoriales, como así también la prospección de los títulos de próxima aparición. Se abordan las formas de organización y jerarquización de los contenidos de los catálogos impresos, con el fin de analizar los criterios de selección y agrupamiento de bibliotecas o colecciones destinadas a determinados públicos-lectores. Asimismo se reflexiona sobre el rol de los directores que coordinan y diseñan las colecciones señeras del período, estableciendo la relevancia otorgada a las declaraciones de intenciones.

Palabras clave: edición argentina- catálogos- colecciones- declaración de intención.



Consideraciones preliminares, a manera de introducción

Para el abordaje de la estructuración de catálogos y colecciones editoriales como objetos de estudio seleccionamos como recorte temporal a la ‘edad de oro’ del libro en Argentina (c.1938-1955) cuya caracterización ha sido ampliamente desarrollada por la historiografía especializada. Como punto de partida planteamos algunas consideraciones preliminares.

En primer lugar, que revalorizamos a los catálogos impresos como fuentes documentales indispensables para historizar un determinado estado del campo editorial (Larraz, 2020). No obstante, nos encontramos ante materiales de supervivencia fortuita, fungibles y “efímeros” (Costa, 2023). Como fueron concebidos para ser descartados tras su consulta o uso, escasamente se conservan en archivos o bibliotecas locales.¹ Debido a sus características intrínsecas, estos documentos requieren que arbitremos una serie de procedimientos teórico-metodológicos para poder interpretar la información económica, político-ideológica y/o cultural que nos brindan. Por lo tanto, recurrimos a otro tipo de registros para suplir la escasez informativa y poder reconstruir las colecciones editoriales. Por ejemplo, apelamos a las listas parciales de títulos publicados incluidas en los paratextos de los ejemplares o acudimos a las revistas bibliográficas de los propios sellos (*Boletín Nova*, *Emecé Revista*, *Negro sobre Blanco* de Losada) donde hallamos datos de diversa índole como noticias de lanzamientos, reseñas o comentarios de obras, publicidades de colecciones, etc.

En segundo lugar, nos centramos en el análisis de las estrategias comerciales promocionales presentes en estos impresos de distribución gratuita que se plasmaron asimismo en las propagandas de las referidas publicaciones del rubro. Por otra parte, relacionamos la ideación de catálogos organizados en numerosas y variadas colecciones con el contexto socio-histórico de modernización de las estructuras de producción, distribución y venta de libros, los cuales contribuyeron a la masificación de los consumos culturales en las décadas de 1940-1950 (Herzovich, 2023). Este período de auge fue producto de la exportación -principalmente de la traducción de obras destinadas hacia otros países de habla hispana- como así también de la expansión del mercado interno durante el primer peronismo (de Diego, 2014; Giuliani, 2018).

En tercer lugar, indagamos las materialidades específicas de diversos tipos de catálogos impresos los cuales describimos atendiendo a la variedad de sus contenidos textuales e iconográficos, fruto de la intervención de distintos agentes editoriales que se profesionalizaron durante el período en cuestión. Sobre las decisiones en torno a la “puesta en serie” (criterios de selección de textos, diseño y maquetación del conjunto) nos detenemos en el rol del director de colección (Costa, 2019, 2021) y en la formulación de “declaraciones de intención” en torno a la propuesta editorial (Palierne, 2017).

¹ Los catálogos se hallan en Ampersand, Biblioteca Nacional Mariano Moreno y Centro de Documentación e Investigación de la Cultura de Izquierdas. Algunos pertenecen a nuestra colección particular.



Teniendo en cuenta lo antedicho, en este trabajo nos planteamos tres objetivos relacionados entre sí. Primero, elaborar una definición polisémica de catálogo que considere tanto la presentación formal-material como el valor simbólico-cultural e identidad de una editorial, resignificando a la colección como unidad conceptual. Segundo, construir tipologías clasificatorias de los catálogos impresos de la época, ponderando las estrategias comerciales y publicitarias empleadas. Tercero, examinar los modos de ordenamiento de la información de los catálogos editoriales, atendiendo a los criterios utilizados para la conformación de bibliotecas o colecciones y las modalidades de declaración de intenciones destinadas a los lectores/compradores particulares u otros mediadores como distribuidores y libreros.

Aproximación a la noción de catálogo. Categorización de colección

El concepto polisémico de catálogo posee un potencial teórico-heurístico que permite repensar en términos analíticamente productivos la historia cultural de la edición y redundar en beneficio de los abordajes empíricos. Aunque no podemos realizar una exhaustiva revisión bibliográfica, señalamos algunos enfoques de interés para los fines del presente trabajo.

Partimos de la propia etimología del término catálogo, el cual remite a la idea de registro, inventario o lista ordenada de bienes u objetos. Aquí se trata del registro de los libros publicados por una casa editora que, luego de ser enlistados, quedan dispuestos para su difusión y comercialización. Juan Pablo Giordanino (2010) sostiene que el catálogo editorial, en tanto elemento paratextual, tiene una función mediadora y una relación conceptual con cada objeto-libro que es referenciado. Para este autor el catálogo es un instrumento de información bibliográfica además de una herramienta promocional. Marina Garone Gravier (2020) afirma que este producto de la cultura gráfica impresa, si bien aparenta ser tan solo un bien utilitario, conserva históricamente su valor y requiere ser estudiado como un “género editorial”. Según Juan Miguel Sánchez Vigil y colaboradores, los catálogos “son base de datos de los fondos editoriales que contienen el inventario interno de la producción editorial en un periodo de tiempo determinado” (2008: 115). En otras palabras, cumplen el rol de “obras de referencia” para el conocimiento histórico de las empresas editoras.

Los catálogos operan discursivamente a modo de referentes identificadores del perfil u orientación de determinado sello. Asimismo ofician como signos de profesionalismo, debido a que los actores intervinientes efectúan transferencias de capital simbólico y se posicionan dentro del campo editorial (Costa y Garone, 2020). En este sentido, el catálogo no es un mero adosamiento o inventario de títulos editados materializados en libros, sino que debe ser entendido como un dispositivo a partir del cual se construyen ciertos significados culturales mediante el concatenamiento y montaje de las obras publicadas, pretéritas o contemporáneas. El catálogo refuerza la legitimidad editorial incorporando “marcadores” de tradición o modernidad, los cuales se pueden vincular con tendencias cosmopolitas, americanistas, nacionalistas e incluso imbricaciones heterogéneas (Larraz, 2018).



En otro orden de cosas, los catálogos dan cuenta -ya sea de forma explícita o subyacente- de una política editorial, la cual sufre variaciones a través del tiempo. Dicha política se sustenta en dos aspectos interrelacionados que coadyuvan a constituir la identidad del sello editor: por un lado, en el ordenamiento selectivo de las materias y de los autores con sus respectivas obras; por otro, en la conformación de las bibliotecas o colecciones para determinados públicos. La segmentación de las comunidades de lectores -en tanto destinatarios de la oferta editorial- pueden ser en base a la capacidad económica o poder adquisitivo, el nivel educativo, la formación cultural, el perfil profesional, el rango etario y la consiguiente habilidad lectora.

Si bien en un catálogo consideramos la dimensión simbólica y discursiva subyacente al proyecto editorial junto al impacto cultural de su aportación en determinado contexto socio-histórico, aquí sopesamos su condición de artefacto impreso no venal, deteniéndonos en sus características materiales y formales. Para Fernando Larraz el catálogo es un “repertorio de productos puestos a la venta por un fabricante; un objeto físico en el que constan los libros que una editorial ofrece a sus consumidores a través de libreros y distribuidores” (2020: 92). Además de la circulación entre estos agentes del “circuito de comunicación del libro”, el catálogo es ofrecido a críticos o comentaristas generando “sinergias” con las publicaciones periódicas donde se difunden las obras y se publicitan las colecciones (Herzovich, 2023).

Ahora bien, en el catálogo comercial la unidad conceptual o elemento sustancial de la estrategia editorial es la colección, considerada como compilación e instancia clasificatoria. En efecto, la biblioteca o colección de libros devela ciertos modos de categorización y formas de jerarquización de los contenidos seleccionados (Costa y Garone, 2020). Los criterios de agrupamiento de los títulos en el marco categorial de una colección son diversos, a saber: por áreas disciplinares, repertorios temáticos; géneros discursivos o literarios; movimientos estéticos; corrientes político- ideológicas; procedencias espaciales; nacionalidades; lenguas traducidas; recortes epocales; premios obtenidos; rangos etarios e incluso formatos librarios. Estos criterios suelen hallarse superpuestos e interrelacionados y es necesario analizarlos.

Cada colección editorial implica una propuesta de ordenamiento de obras de diversa índole, las cuales se presentan vinculadas dentro de un conjunto asequible y coherente, integrado mediante la apelación a cierto denominador común. En este punto consideramos el aporte conceptual de Frédéric Palierne (2017) quien aborda la forma discursiva de la “declaración de intención” como un “peritexto comercial” redactado por el editor o director de la colección. Mediante esta formulación enunciativa se precisa la línea editorial y el alcance de la “puesta en serie”, de acuerdo con la propuesta programática. El armado, diseño y maquetación de una biblioteca o colección trasunta la voluntad de producir rasgos de similitud en el conjunto, más allá de que puedan existir factores de heterogeneidad solapados.



Construcción de tipologías de catálogos impresos

Junto con la formulación de tipos de catálogos editoriales realizadas por especialistas provenientes de distintas disciplinas, tuvimos en cuenta los datos aportados por las fuentes primarias de la época y construimos nuestras propias categorías. Para ello analizamos un corpus de impresos de diversas clases producidos por editoriales de distinta envergadura que se fundaron en el país durante la referida “edad de oro”, como Losada (1938) Sudamericana, Emecé (1939), Bajel, Nova, Poseidón (1942) y Ayacucho (1944). Consideramos también a algunos sellos españoles que establecieron sucursales (Espasa Calpe Argentina) y empresas preexistentes con amplia trayectoria editorial (Claridad, Estrada, Kraft, Peuser, Viau, etc.). A continuación describiremos someramente tipos de catálogos y mencionaremos ejemplos.

En la mayoría de las editoriales nos encontramos con “catálogos generales anuales”, donde se listan la totalidad de las obras que componen el fondo editorial hasta la fecha de publicación. Varios de ellos están numerados en las tapas o portadas para facilitar su ordenación (Emecé, Poseidón, Sudamericana). En los catálogos generales se incluyen las reediciones o reimpressiones. Asimismo se señalan los títulos recientemente publicados o se anticipan los próximos a aparecer. A veces, como plantea la “Advertencia” de la publicación de Losada, se suprimen los libros agotados que no van a ser reeditados.

Dentro de esta tipología relevamos un subgrupo de “catálogos comentados e ilustrados” que incluyen introducciones con los lineamientos de la propuesta editorial, declaraciones de intención junto a descripciones de las colecciones; sinopsis o comentarios de las obras; datos biográficos de los escritores; descripciones físicas de los ejemplares, entre otros datos. También incorporan reproducciones de las cubiertas y retratos, construyendo así una “imagen de marca” asociada a la figura de ciertos autores reconocidos, ya sean extranjeros o argentinos. Seguidamente analizamos algunos casos que nos resultaron significativos.

Desde 1943 hasta 1946 la editorial Poseidón sintetiza en sus catálogos anuales el contenido de los libros de arte. En el número 3 sostiene “Al frente de cada Colección, el Catálogo presenta una instrucción sumaria sobre el carácter de la misma, y los títulos que contiene van acompañados de sucintas noticias bibliográficas, a manera de guía anticipada, útil a los libreros y a los lectores” (Poseidón 1945-1946: 3). Sudamericana plantea que el suyo se trata de un “catálogo para leer”, ya que incluye una extensa reseña crítica por cada obra publicada en sus principales colecciones (Sudamericana, 1943-1946). A través de “catálogos generales ilustrados”, Claridad pone al alcance de las “grandes masas de lectores de nuestro idioma” una visión completa y comentada de su actual producción editorial (Claridad, s/f: 1). A partir de 1946 Emecé publica un peculiar *Catálogo General Perpetuo*, concebido como una “edición plenaria” la cual cumple la función de “guía bibliográfica” u “orientación de lectura”. En cada uno de los siete tomos venales se promociona una colección o se agrupan varias de ellas según afinidades genéricas. Este vasto *Repertorio Bibliográfico Emecé* encuadernado con tapa dura, posee una estructura metálica con separadores donde adosar fichas u “hojas móviles”



que detallan el contenido de los libros, en orden de aparición. El catálogo seriado de Emecé se destaca por la vastedad de la información y la calidad en la presentación formal (Costa, 2023).

Los “catálogos generales” son complementados con “suplementos” donde se efectúan las diversas actualizaciones. Además de estos catálogos suplementarios hallamos “boletines bibliográficos”, generalmente de periodicidad mensual, bimensual o trimestral (Kraft, Peuser). Junto a los folletos de pequeño tamaño y los prospectos desplegados o polípticos (Kraft, Nova) se publican “hojas volantes” publicitarias donde se difunden los lanzamientos de novedades editoriales (Losada) o se presentan sencillos impresos bajo el título “listas de precios” (Bell).

También hallamos “catálogos de libros seleccionados” que reúnen conjuntos temáticos particulares (Nova, s/f; Peuser, 1945-1946) y “catálogos especiales” que se destinan a promocionar determinadas bibliotecas o colecciones significativas para un determinado sello. Dentro de este grupo están *Austral* y *Universal* (Espasa Calpe), *Clásicos Argentinos* y *Clásicos Castellanos* (Estrada), *Biblioteca Clásica* y *Contemporánea* (Losada). En algunos de estos catálogos específicos se resalta el nombre de los prestigiosos directores literarios y artísticos de las colecciones, como el caso de Estrada con Julio Noé, Manuel Mujica Láinez y Alfredo Guido. La selección de autores y títulos incluidos en las colecciones es realizada por prestigiosos escritores e intelectuales quienes redactan las declaraciones de intención. Con la publicación de “catálogos especiales” las editoriales propician la expectación de los lectores-compradores. El suntuoso catálogo con los primeros 500 volúmenes de la *Colección Austral* está dedicado a la figura de un lector modélico. Al final del impreso se reúnen, como signo de legitimidad editorial, diversas recomendaciones u opiniones autografiadas de numerosas personalidades. Por su parte, cada tomo individual del mencionado *Repertorio Bibliográfico Emecé* podría considerarse dentro de esta tipología. Las presentaciones están escritas por los directores de colección que son prestigiosos hombres de letras (Ricardo Baeza, Rodolfo Bioy Casares, Jorge Luis Borges, Arturo Cuadrado, Ramón Gómez de la Serna, Eduardo Alberto Mallea, etc.). Nos llama la atención que en el “catálogo especial” de la *Biblioteca Clásica* y *Contemporánea* no figure el nombre del director, si bien sabemos que Guillermo de Torre fue la figura clave del proyecto de Losada hasta 1955 (Larraz, 2016). En contrapartida, en los catálogos generales de Losada (1942, 1944, 1947) sí son mencionados los responsables de las colecciones (además de Guillermo de Torre, Amado Alonso, Francisco Ayala, Pedro Henríquez Ureña, Felipe Jiménez de Asúa, Lorenzo Luzuriaga, Francisco Romero, Attilio Rossi, etc.).

Relevamos también “catálogos históricos” publicados con motivo de aniversarios de las casas editoriales, incluyendo “álbumes conmemorativos” ilustrados. Estos impresos nos proporcionan datos complementarios sobre las trayectorias de las empresas con referencias a los objetivos fundacionales y los resultados de la producción editorial, destacando asimismo los autores emblemáticos y las ediciones artísticas (Peuser, 1942; Kraft, 1944). Algunos informan sobre los cargos gerenciales y las recomposiciones accionarias o las modificaciones en la organización comercial (Sudamericana, 1961). Otros son a la vez “catálogos generales” ya que



enlistan el total de los registros bibliográficos (Emecé, 1964; Losada 1968) o “catálogos comentados” porque detallan el contenido de las obras y describen las ediciones (Sudamericana, 1969).

Además de los materiales antedichos tuvimos en cuenta los “anexos”, “apéndices” o “insertos” con la lista de los títulos de una colección, que se localiza en las páginas finales de los ejemplares, en las sobrecubiertas, contratapas o solapas y que cumplen funciones publicitarias. El relevamiento de fuentes permite plantearnos que la cantidad, diversidad y amplitud temática de las colecciones del período se manifiesta en la necesidad de los editores de publicar distintas tipologías de catálogos impresos.

Caracterización de catálogos y colecciones editoriales

En los catálogos editoriales los libros se clasifican u ordenan por materias, géneros, colecciones, autores y títulos, A veces se añaden índices de consulta localizados al comienzo o al final (hallamos colecciones indexadas en Ayacucho, Emecé, Losada, Poseidón). La organización de la información bibliográfica difiere en función de las tipos de catálogos. La estructuración de los contenidos puede generar una diferenciación en los públicos a los que están destinadas las diversas ediciones, ya sean en el marco de colecciones o fuera de ellas. Si bien los catálogos impresos relevados tienen un formato similar -generalmente octavo o cuarto-, en cuanto a sus características materiales y formales hallamos una gran heterogeneidad. Muchos de ellos se caracterizan por la escasa cantidad de hojas, la baja calidad del papel y por tener una encuadernación engrapada. En cambio otros emplean mejores materiales en su confección, la encuadernación en rústica está encolada e incluso cosida y se asemejan al formato-libro por su amplia extensión. Las cubiertas están impresas a una o varias tintas; algunas son solo tipográficas mientras que otras están ilustradas.

En el diseño e ilustración de los catálogos participaron artistas, tipógrafos y calígrafos de renombre como Luis Seoane, José Bonomi, Juan Antonio Spotorno (Emece), Raúl Mario Rosarivo (Guillermo Kraft), Attilio Rossi, Silvio Baldessari (Losada) Francesc Fábregas Pujadas, Juan Battle Planas (Poseidón), Jacobo Hermelin (Espasa Calpe, Emecé). Como directores gráficos estos profesionales crearon emblemas distintivos de los sellos editoriales (Costa, 2019). En algunos catálogos los nombres descriptivos, alusivos o metafóricos de las colecciones van acompañados de lemas publicitarios e imago-tipos que permiten visibilizarlas e identificarlas.

Algunos sellos incorporan como prácticas discursivas variados “reclames de propaganda” donde se combinan textos e imágenes. Observamos que muchos catálogos incluyen -a manera de muestrarios de productos- una cantidad considerable de reproducciones de tapas de libros, ya sean dibujos o fotografías (Claridad, Espasa-Calpe, Kraft, Losada, Nova, Peuser, Poseidón, Sudamericana). Por otra parte, se suelen añadir especificaciones sobre cuestiones materiales y técnicas (papeles, formatos, sistemas de impresión, etc), además de aludir a las características visuales o estéticas de los ejemplares. Por ejemplo, se ofertan



desde ediciones ilustradas de lujo (Kraft, Viau) hasta colecciones populares “de bolsillo” como *Austral* (Espasa Calpe), *Biblioteca contemporánea* (Losada), *Buen Aire* (Emecé), *Escorpión* y *Petrel* (Kraft).

Los catálogos tienen como fin prioritario promover la difusión y distribución de los libros e incentivar las ventas mayoristas o al menudeo, Por un lado, dan a conocer la composición de los fondos editoriales y, por otro, anuncian el lanzamiento de las novedades. Estos “medios publicitarios efímeros” que se envían sin cargo a los clientes dan cuenta de las formas de comercialización de los libros (Rueda Ramírez y Baró, 2020). Junto a las listas de precios actualizados, los catálogos impresos brindan información sobre las condiciones de venta, los medios de pago, los sistemas de crédito, las formas de envío postal, los modos de suscripción, etc. A veces se incluyen cupones recortables para realizar los pedidos, las consultas o sugerencias (Peuser, Poseidón). Además suministran direcciones de las casas matrices, sucursales o representantes, datos sobre los distribuidores nacionales o extranjeros e informaciones sobre sellos asociados, lo que permite reconstruir las redes de circulación.

En los catálogos de las décadas de 1940 y 1950 la organización en colecciones es la más frecuente de todas. Algunas de ellas se subdividen en series o secciones según las áreas de conocimiento o los géneros de las obras ofertadas, a veces con distinciones cromáticas de las tapas o sobrecubiertas, por ejemplo *Colección Austral* (Espasa Calpe), *Biblioteca Emecé de Obras Universales*, *Buen Aire* (Emece), *Pandora* (Poseidón). La producción seriada de ediciones populares asequibles deviene en un procedimiento central para la circulación masiva, que tiene sus antecedentes en décadas anteriores (Herzovich, 2023).

En los catálogos editoriales subyace una propuesta de dotación de lecturas. Desde la perspectiva del editor, la organización de colecciones facilita la promoción, torna más previsible la demanda y permite planificar las ventas ajustando el volumen de las tiradas. Visto desde la postura del lectorado, la sucesión de publicaciones de libros dentro de una colección genera ciertos efectos como la expectativa ante los títulos de “próxima aparición” o “en prensa” y la tendencia a la fidelización en la adquisición (Sanchez Vigil et al, 2008).

Las estrategias de comunicación y persuasión del público-lector o clientela tienen características variables. Mientras que en algunos catálogos los editores agradecen a los distribuidores, libreros y compradores (Ayacucho), en otros reivindican el papel del editor - firmante del texto- a la vez que orientan e interpelan de forma directa al lector (Claridad) e incluso le dedican el catálogo (Peuser). Los documentos responden a cierta proyección y representación sobre el público destinatario del conjunto de libros que componen la colección. En los prefacios de varios catálogos (Claridad, Emecé. Nova, Poseidón, Sudamericana) se explicitan los propósitos y directrices generales que justifican los criterios de selección editorial, También se comunican o declaran las intenciones de cada colección, que se ven replicadas en otras fuentes documentales como las publicaciones periódicas.



Breves consideraciones finales

Los catálogos, en todas sus variantes tipológicas, son fuentes primarias fundamentales para historizar la edición. Estos documentos nos ofrecen informaciones sobre aspectos materiales e inmateriales, cuantitativos y cualitativos en torno a la producción, circulación de libros en un período determinado, en nuestro caso durante la “edad de oro” de la industria editorial nacional, pero sin dejar de tener en cuenta su inserción en el mercado internacional iberoamericano.

Por un lado, la naturaleza bibliográfica de los catálogos nos permite analizar los contenidos de los fondos editoriales junto con la publicación de novedades e inferir los cambios y continuidades en las políticas culturales de edición. Por otro lado, su función comercial y publicitaria nos posibilita identificar las modalidades de distribución y venta de los sellos editores. Asimismo nos viabiliza indagar los criterios selectivos de ordenamiento de obras y autores en bibliotecas o colecciones y atender a las maneras en que se configuran las representaciones sobre los públicos-lectores en las declaraciones de intención.

Referencias bibliográficas

- Costa, M. E. (2019). En el tintero de la historia editorial: la figura del director gráfico durante la “edad de oro” del libro argentino. *Revista Latinoamericana de Estudios Editoriales*, 1. Disponible en: <https://redeseditoriales.org/releed-1-5-costa/>
- (2021). Configuración del catálogo de Emecé: directores de colecciones y materialidades del quehacer editorial. *IV Coloquio Argentino de Estudios sobre el Libro y la Edición*. Paraná, UNER. Disponible en: <https://www.fc.edu.uner.edu.ar/?p=56160>
- (2023). La paradójica perennidad de lo efímero: el caso de los catálogos editoriales impresos. *VI Encuentro Nacional de Instituciones con Fondos Antiguos y Raros*. Buenos Aires, BNMM. Disponible en: <https://www.bn.gov.ar/resources/conferences/libros-antiguos-y-raros/ponencias/12-Costa-texto.pdf>
- Costa, M. E. y Garone Gravier, M. (2020). Reflexiones sobre la noción de catálogo y colección editorial. Dispositivos y estrategias para la producción de sentidos en el mundo del libro. *Palabra Clave*, 9, 2. Disponible en: <https://www.palabraclave.fahce.unlp.edu.ar/article/view/PCe082/12392>
- De Diego, J. L. (2014). 1938-1955. La “época de oro” de la industria editorial. En J. L. de Diego (Dir.). *Editores y políticas editoriales en Argentina, 1880-2010* (pp. 97-133). Buenos Aires: FCE.
- Garone Gravier, M. (2020). Los catálogos editoriales como fuentes para el estudio de la bibliografía y la historia de la edición. El caso del Fondo de Cultura Económica. *Palabra Clave*, 9, 2. Disponible en: <https://www.palabraclave.fahce.unlp.edu.ar/article/view/PCe085/12395>
- Giordanino, E. P. (2010). *Técnicas de registro y organización de materiales editoriales. Paratextos, metadatos y catálogos*. Buenos Aires: Santiago Arcos.



Giuliani, A. (2018). *Editores y política. Entre el mercado latinoamericano de libros y el primer peronismo (1938-1955)*. Temperley: Tren en Movimiento.

Herzovich, G. (2023) *Kant en el kiosco. La masificación del libro en la Argentina*. Buenos Aires, Ampersand.

Larraz, F (2011). Los exiliados y las colecciones editoriales en Argentina (1938-1954). En A. Pagni (Ed.). *El exilio republicano español en México y Argentina. Historia cultural, instituciones literarias, medios* (pp. 129-144). Madrid: Iberoamericana/ Vervuert.

----- (2016) Guillermo de Torre y el catálogo de la editorial Losada. *Kamchatka*. 7, 59-71. Disponible en: <https://ojs.uv.es/index.php/kamchatka/article/view/7683/8353>

----- (2018). Los catálogos editoriales en la 'edad de oro de la edición argentina' (1938-1950). En Ll. Agustí et al. *Edición y propaganda del libro: las estrategias publicitarias en España e Hispanoamérica, siglos XVII-XX* (pp. 129-151). Valencia: Calambur.

----- (2020). El catálogo como fuente primaria de la historia de la edición. En F. Larraz et al. *Pliegos alzados. La historia de la edición a debate* (pp. 89-100). Gijón: Trea.

Palierne, F. (2017) La declaración de intención, una identidad entre manifiesto y peritexto comercial: aproximaciones al discurso de intención en las colecciones literarias de la segunda mitad de siglo XX. En C. Rivalán Guégo y M. Nicoli, M. (Eds.). *La colección. Auge y consolidación de un objeto editorial. Europa/Américas, siglos XVIII-XXI* (pp. 29-48). Bogotá: Uniandes/ Universidad Nacional de Colombia.

Rueda Ramírez, P. y Baró, M. (2020). La publicidad del libro: marco metodológico y teórico en el ámbito de la historia de la edición. En F. Larraz et al. *Op, cit.* (pp. 177-195). Gijón: Trea.

Sanchez Vigil, J. M. et al (2008). Catálogos editoriales: características, funciones, tipología y análisis de contenido. *Scire. Representación y organización del conocimiento*, 14, 1, 111-123. Disponible en: <https://www.iberid.eu/ojs/index.php/scire/article/view/1733>

Fuentes primarias consultadas (ordenadas alfabéticamente por editorial)

AYACUCHO. *Libros de Ayacucho. Catálogo general*, 1946. BAJEL. *Nuestras últimas publicaciones*, 1944. BELL. *Ediciones Bell*. Enero 1948. CLARIDAD. *Catálogo General Ilustrado*, s/f. EMECE. *Emecé Revista*, 1943-1945. *Repertorio Bibliográfico. Catálogo General Perpetuo*, s/f. Tomo I (Buen Aire), Tomo II (Biblioteca Emecé de Obras Universales), Tomo VII (Séptimo Círculo y La Puerta de Marfil). *Boletín Emecé. Obras publicadas N°5*, 1949. *Boletín Emecé*, 1953. *XXV Aniversario. Emecé Editores, Catálogo 1939-1964*. ESPASA CALPE. *Colección Austral Obras completas en cada uno de los 500 volúmenes publicados*, 1945. *Colección Universal. El tesoro literario de la Humanidad*, s/f. *Catálogo General*, 1950. ESTRADA. *Biblioteca de Clásicos Argentinos, Colección Clásicos Castellanos y Colección Estrada*, enero-abril 1945 y julio 1947. KRAFT Guillermo Kraft Ltda en su 80 aniversario, 1944. *Bellas letras. Artes gráficas*, s/f. *Boletín bibliográfico*, julio 1946. *Boletín mensual*, diciembre 1953. LOSADA. *Negro sobre blanco*, 1941-1946. *Biblioteca Clásica y Contemporánea*. s/f. *Catálogos* marzo 1942, marzo 1944, 1947, marzo 1950, agosto 1951, diciembre 1953, *Catálogo*, 1938-1968. NOVA. *Boletín Nova*, 1946. *Catálogo*, 1946. *Libros de Nova, Selección crítica del fondo editorial*. s/f. *Suplemento de catálogo de Editorial Nova*,



s/f. PEUSER. *75° Aniversario Jacobo Peuser Ltda*, 1942. *Catálogo de libros seleccionados*, 1945. *Catálogo de ediciones y distribuciones*, 1945. *Catálogo de Literatura General*, 1946. *Boletín bibliográfico Ediciones Peuser*, 1947. *Boletín bibliográfico. Suplemento*, 1948. POSEIDON. *Catálogo N°1*, 1943. *Catálogo N°2*, 1944. *Catálogo N°3*, 1945-1946. SUDAMERICANA. *Catálogos 1940, 1943-1945, Catálogo General N° 4*, 1949. *Catálogo General N° 5*, 1950. *La Editorial Sudamericana en sus veintidós años de vida comercial*, 1939-1961. *Catálogo General de la Editorial Sudamericana*, 1969. VIAU. *Catálogo de ediciones Viau*, 1942.

