



“En esta guerra los libros son armas”: Entre el compromiso político y el devenir comercial en el campo cultural germano-argentino antinazi

"In this war, books are guns": from political engagement to commercial development in the German-Argentine anti-Nazi cultural field

 Tomás Schierenbeck

t_schierenbeck@hotmail.com

Instituto de Investigaciones en Humanidades y Ciencias Sociales (UNLP - CONICET), Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, Universidad Nacional de La Plata, Argentina

Recepción: 26 Junio 2023

Aprobación: 15 Octubre 2023

Publicación: 01 Marzo 2024

Cita sugerida: Schierenbeck, T. (2024). “En esta guerra los libros son armas”: Entre el compromiso político y el devenir comercial en el campo cultural germano-argentino antinazi. *Sociohistórica*, 53, e228. <https://doi.org/10.24215/18521606e228>

Resumen: Desde el ascenso del nacionalsocialismo en Alemania tanto en la ciudad de Buenos Aires como en distintas ciudades del mundo surgieron proyectos editoriales conducidos por opositores a sabiendas de combatir la ideología nacionalsocialista y reivindicar la existencia de una “otra Alemania” en el exilio. El siguiente artículo se propone 1) exhibir algunas de las estrategias de inserción de iniciativas editoriales fundadas en Buenos Aires dentro de aquel universo editorial alemán en el exilio. Así como el proceso contrario, es decir, reponer el rol de las propias publicaciones editadas en Argentina como plataformas de recepción y circulación de contenidos producidos en el hemisferio norte entre los lectores germanos hablantes en América Latina. Para esto partimos de interpelar a las publicaciones periódicas como “dispositivos de exposición” (Rogers, 2019). Además, 2) exhibir algunas de las estrategias utilizadas por parte de las editoriales Cosmopolita y Alemann para generar un vínculo con sus lectores, así como sus medios utilizados para “hacer equilibrio” entre el compromiso político y la supervivencia comercial en tanto empresas editoriales dirigidas a un público germano hablante. Para esto, tendremos en cuenta la valencia de las publicaciones periódicas como vectores de formación de “comunidades afectivas” (Gandhi, 2006) a escalas transnacionales.

Palabras claves: Publicaciones periódicas, Identidades, Germano hablantes.

Abstract: Since the rise of National Socialism in Germany, both in Buenos Aires and in different cities around the world, publishing projects led by opponents emerged to combat the National Socialist ideology and vindicate the existence of an “other Germany” in exile. The following article aims 1) to show some of the strategies of insertion by publishing initiatives founded in Buenos Aires within that German publishing universe in exile, as well as the opposite process. That is to say, to reinstate the role of the publications published in Argentina as platforms for the reception and circulation of contents produced in the northern hemisphere among German-speaking readers in Latin America. For this we start by interpellating periodicals as “exhibition devices” (Rogers, 2019). Furthermore, 2) to exhibit some of the strategies used by the publishers Cosmopolita and Alemann to



bond with their readers, as well as the means used to "balance" between political commitment and commercial survival as publishing companies aimed at a German-speaking public. For this, we will take into account the value of periodicals as vectors for the formation of "affective communities" (Gandhi, 2006) on a transnational scale.

Key words: Periodicals, Identities, German-speakers.

INTRODUCCIÓN

Entre 1933 y 1945, alrededor de 500.000 judíos y opositores al régimen nacionalsocialista se exiliaron en el extranjero. Los países americanos se convirtieron en refugio de la mitad de aquellos, siendo los Estados Unidos el principal receptor (130.000–140.000), seguidos por la Argentina (40.000) y Brasil (16.000–19.000) (Asmus, 2019). Las publicaciones periódicas, los libros, así como el ejercicio de su lectura fueron algunas de los principales canales mediante los cuales exiliados y migrantes opositores desarrollaron una trama de sociabilidad que les permitía estar conectado con su patria y, simultáneamente, mantener y renovar los lazos materiales e inmateriales que hacían a su identidad como germano hablantes en el extranjero (Carreras, 2019; Friedmann, 2010a).

Dos de los proyectos editoriales más importantes en el exilio se desarrollaron en New York y Buenos Aires. Por un lado, la revista *Aufbau*, fundada por los miembros del *German Jewish Club* de New York en 1934 con el propósito principal de funcionar como un espacio de interacción entre los migrantes y exiliados de la ciudad (Walter, 2016). Desde el inicio de la dirección de Manfred George en 1939, *Aufbau* alcanzó tiradas de 30.000 números semanales (Walter, 2016) y se convirtió en uno de los principales espacios de interlocución del exilio germano hablante a nivel global, donde figuras como Thomas Mann, Stefan Zweig, Hanna Arendt, Bertolt Brecht, Oskar Maria Graf, entre otros, escribieron artículos, críticas y reseñas. Por otro, la editorial *Cosmopolita* fue creada por James Friedmann en la Ciudad de Buenos Aires en 1939, originalmente con el nombre *Freie Deutsche Buchverlag*. Su objetivo inicial fue generar un espacio editorial comprometido con la lucha antifascista y, simultáneamente, ser una fuente de trabajo para periodistas, caricaturistas y autores exiliados e incapaces de insertarse rápidamente en el mercado porteño (Friedmann, 2010a; Cartolano 1999). Un tercer proyecto editorial desarrollado íntegramente en idioma alemán en Buenos Aires se encuentra en la editorial *Alemann* y sus publicaciones periódicas *Argentinisches Tageblatt*¹ (AT) y *Argentinisches Wochenblatt* (AW). Con el ascenso del fascismo, el proyecto editorial de la familia Alemann se comprometió con la lucha antifascista y funcionó como fuente de trabajo para gran parte de los intelectuales exiliados, canal publicitario de los locales comerciales y la vida cultural en Buenos Aires, o bien, como vía de comunicación mediante sus avisos clasificados entre la comunidad. Resulta también pertinente agregar otros proyectos editoriales de igual preponderancia y que circularon en las décadas de los treinta y cuarenta del siglo XX como *Volksblatt*, *Das Andere Deutschland*, *Boletín Informativo JKG* y *Jüdische Wochenschau*². A pesar de estar dirigidos a un público lector germano hablante, estas propuestas programáticas promovían desde distintas premisas políticas y/o religiosas la (re)organización política y/o (re)configuración de la identidad de sus lectores en el exilio (Carreras, 2019; Friedmann, 2010a). No obstante, también fueron sustentadoras de una sensibilidad común entre opositores y exiliados dinamizada por el ejercicio de la lectura. Es decir, en conjunto con *Cosmopolita* y *Alemann*, funcionaron en tanto ámbitos e instancias de sociabilidad³ en Buenos Aires como capital de exilio (Saint-Sauveur-Henn 2002), promocionando entre sus lectores experiencias culturales – como la lectura y/o el teatro- similares

(Friedmann, 2010b)⁴. Y, a partir de los vínculos de algunos de estos proyectos editoriales con el mundo editorial del hemisferio norte⁵, como vectores capaces de insertar y/o configurar a sus lectores dentro de una comunidad imaginada germano hablante trasatlántica.

Partimos de comprender la red de publicaciones periódicas antifascistas en alemán “como un campo, espacio relacional, “como trama de citas, alusiones, debates y gestos refutativos”, en el marco de redes de circulación –formales y discursivas– que las vuelven inteligibles y hacen posible comprender el sentido de una revista” (Roman, 2019, p.1). Las cuales, siguiendo a Pita González y Grillo (2015), forjan una geografía cultural dual, por lo tanto, un “espacio intelectual concreto donde circulan y el espacio-*bricolage* imaginario donde se ubican idealmente” (Sarlo, 1992, p. 12). Bajo este paradigma relacional, compartimos con Rogers (2019) entender también a las publicaciones periódicas como “dispositivos de exposición, arquitecturas de aparición periódica que disponen de manera conjunta lo visible y lo legible” (p. 12). Esto es, artefactos “eficaces de promoción literaria, mediante la exposición periódica de fragmentos, entrevistas, reseñas de ‘novedades’ y secciones de ‘libros del mes’ que acompañan los tiempos de producción el mercado de bienes simbólicos” (p.18). Asimismo, nos apoyamos en Bourdieu y su texto *Las condiciones sociales de la circulación de las ideas* (2007) a sabiendas de problematizar los procesos que se ven involucrados desde la decisión editorial de publicar hasta su recepción. Desde su carácter expositivo, las publicaciones periódicas también cumplen una función ordenadora en tanto guías –vectores– intelectuales y afectivos entre sus lectores (Morales Medina, 2021; Viu, 2018; 2017), subvirtiendo la espacialidad *estadocéntrica* mediante la organización de redes alternativas configuradas y configurantes de un programa mínimo (ya sea político y/o estético) y, con él, un horizonte de expectativas de valores e ideas compartidas en determinada coyuntura histórica. Desde esta mirada, y a sabiendas de que nuestros objetos de estudio se encuentran atravesados por la experiencia del exilio de sus editores y -gran- parte de sus lectores, coincidimos con Morales Medina (2021) y Viu (2018) en reconocer a los proyectos editoriales como instancias constitutivas de “comunidades afectivas”. Es decir, vectores emocionales capaces de construir un universo semántico compartido y, con ellos, puentes materiales e inmateriales que consolidan una sensibilidad común, en este caso, transatlántica (Morales Medina, 2021; Viu, 2018; 2017).

Este artículo identifica su aporte –y sus límites– al exponer la operatividad de conceptos provenientes de los estudios sobre publicaciones periódicas como herramientas que permiten repreguntarse sobre los proyectos editoriales y sus lectores. Esta vez no solo en su dimensión política, sino también en tanto propuestas editoriales que, en sintonía con su funcionalidad como ámbitos y puentes de sociabilidad a escala local y regional, debieron sobrevivir como empresas comerciales que integran y dinamizan un campo cultural transnacional desde la ciudad de Buenos Aires. La mención de distintas propuestas editoriales, sin un ejercicio intensivo en el estudio de una u otra en particular, adquiere su sentido en la medida en que no se busca reconocer el lugar de una publicación en particular en el mercado editorial. Tampoco pretende establecer un listado pormenorizado de obras editadas en alemán en Argentina o de aquellas producidas en otra metrópolis del exilio alemán y circulantes en Buenos Aires ni recuperar la recepción de unas y otras por sus audiencias. Nos limitamos a exhibir la existencia de esas redes transnacionales y cómo ellas habilitaron experiencias compartidas en el exilio alemán en Buenos Aires.

LAS PUBLICACIONES PERIÓDICAS COMO DISPOSITIVOS DE EXPOSICIÓN

El desarrollo de las publicaciones periódicas como “dispositivo de exposición” a escala transnacional se observa inicialmente en el sistemático entrecruzamiento de publicidades de proyectos editoriales, reseñas de las últimas obras editadas y comentarios sobre el devenir de autores exiliados o de las propias propuestas editoriales surgidas bajo esta condición y/o comprometidas con la lucha contra el nacionalsocialismo. En

este sentido, las editoriales y publicaciones porteñas cumplieron un rol transcendental en la inserción de sus lectores dentro de la red de producciones editoriales en el exilio, constituyéndose en órganos funcionales de una geografía cultural (Sarlo, 1992) germano hablante y antifascista. Es que, como se menciona en el primer número de la revista *Literatura: Nachrichten für Bucherfreunde*⁶ (Literatura) editada por *Cosmopolita*, y tras la quema de libros en mayo de 1933 por el nacionalsocialismo, la producción cultural representó una instancia de resistencia ante fascismo desde el exilio.

¡Los Libros son Armas!

Todos nosotros sabemos que los libros se queman, pero sabemos aún mejor que ningún libro puede ser destruido por el fuego. Los pueblos mueren, pero los libros no. Ningún hombre y ninguna violencia pueden encerrar para siempre el pensamiento en un campo de concentración. Ningún hombre y ninguna violencia puede quitarle al mundo los libros que dan cuerpo a la eterna lucha del hombre contra las tiranías de todo tipo. Sabemos: En esta guerra los libros son armas. Y es parte de su destino convertirse siempre en armas para la libertad del hombre.

Franklin D. Roosevelt ("Bücher", 1943, p.3)⁷

Una de las principales estrategias de entrecruzamiento se encuentra en la publicidad. Mediante sucesivos avisos publicitarios en la revista *Aufbau* de Nueva York tanto *Alemann*, la librería porteña *Casa Barna*, *Das Andere Deutschland* como *Cosmopolita* habilitaron la circulación de producciones en el hemisferio norte, así como su legitimación en tanto sellos comprometidos con la "otra Alemania"⁸ ("Argentinisches", 1941; "Casa Barna", 1943a; "Cosmopolita", 1945). En un sentido análogo, *Aufbau*, principal publicación de los exiliados en los Estados Unidos publicitó de forma regular su proyecto editorial en la revista *Das Andere Deutschland* (DAD), el *Boletín Informativo JKG* y el AT ("Aufbau", 1943; "Aufbau", 1941). Por su parte, *Casa Barna* publicitaba en DAD y funcionaba como centro de comercialización de *Deutsche Blätter* y *Freies Deutschland* editadas en Santiago de Chile y México D.F respectivamente, al igual que de la revista *Austrian Labor Information* y posteriormente de *Die Weltwoche* ("Casa Barna", 1943b; "Casa Barna", 1943c). *Cosmopolita* puso a disposición, entre otros títulos, antiguas revistas editadas en la República de Weimar y opositoras al movimiento Nacionalsocialista como *Die Weltbühne*. Mientras *Volksblatt* publicitó a la editorial *El Libro Libre* de México ("Neuheiten" 1943) y el programa radial "*Die Stimme des Tages*" ("La voz", 1942) del Uruguay.

El cruce de reseñas entre las publicaciones periódicas y los sellos editoriales es otro elemento que adscribe a estas propuestas en ese sentido. El diálogo, previamente advertido por Friedmann (2010a) en torno al campo editorial local, también tuvo su funcionalidad a escala internacional. En este caso, promocionando e insertando obras literarias locales a un campo cultural en tanto espacio relacional trasatlántico. En otras palabras, funcionando, por un lado, como vector para la actualización y reforzamiento de aquel paisaje cultural alemán y antinazi; y, por otro, mediante esta propia exposición de nuevas obras y autores, aclamándose como actores protagonistas en el desarrollo y resguardo del propio campo. Si bien, como veremos más adelante, *Cosmopolita* (mediante *Literatura*) y *Alemann* (con sus publicaciones periódicas) vindicaban la importancia de sus publicaciones, a partir de la crítica de otros actores del campo, revistas como *Aufbau* reseñaron las obras editadas en América Latina, ya sea tanto en solidaridad con una "Alemania libre", como para instaurarse como referente intelectual del espacio relacional. La reseña realizada por Oskar Maria Graf sobre la novela "*Graf Ciano*" (1944) de Adolf Borstendörfer y la publicada por Paul Stefan (1942) sobre la obra de Franz Werfel *Eine blassblaue Frauenhandschrift* (1942) editada por *Estrellas Verlag* de Buenos Aires⁹, son algunas muestras de la búsqueda por figurarse como actores y reproductores del campo.

Evidencia de un proceso contrario se halla en la sección *Vom Büchertisch* de las publicaciones periódicas de la editorial *Alemann*. En su versión del día el 8 de julio de 1939 no solo se registran comentarios sobre las

obras *Dieser Friede* (1938) y *Achtung, ¡Europa! Aufsätze zur Zeit* (1938) editadas por el sello *Bermann-Fischer Verlag*, sino también publicaciones de editoriales gestionadas en el exilio como *Allert de Lange* de Amsterdam, el sello *Forum*- un proyecto editorial colaborativo entre *Bermann-Fischer*, *Allert de Lange*, y *Querido Verlag*¹⁰, esta última también de la ciudad de Amsterdam o, bien la obra *Nazis in U.S.A* publicada por El Comité de Literatura Antinazi (Vom Büchertisch, 1939). Lo mismo puede decirse en torno a los sucintos comentarios sobre proyectos culturales que reivindicaban ser fruto de la producción en el exilio. Dos ejemplos en este sentido fueron los proyectos teatrales *Die Komödie* dirigido por Fred Heller en Montevideo en el diario londinense *Freie Deutsche Kultur* (“Kulturnotizen”, 1942) y la compañía dirigida por Walter Jacob, *Freie Deutsche Bühne*¹¹ (F.D.B) en *Aufbau* (“Die Freie Deutsche”, 1940).

Como venimos advirtiendo, los proyectos editoriales no se resolvían como propuestas intelectuales en una geografía inconexa, sino como una red transnacional de actores editoriales políticamente comprometidos por una “Alemania libre”, mediante la renovación y legitimación del campo cultural de amplio espectro que componían. En el orden de las relaciones trasatlánticas, resulta pertinente advertir que el sello *Alemann* publicitó un proyecto editorial en colaboración con *Bermann-Fischer Verlag*¹² titulado *Goethe, Freud, Wagner und Tolstoy. Vier Essays* de Thomas Mann (Lindlahr, 1945, p.236), el cual no llegó a cumplirse. A esta experiencia editorial debe sumarse la obra *Schachnovelle* (1942) de Stefan Zweig editada en Buenos Aires por *Pigmaliön*, reeditada un año después por *Bermann-Fischer Verlag* en Estocolmo. Vale destacar que el conjunto de conferencias fue publicado en Buenos Aires en español por la *Editorial Poseidón* en 1944; esto es, un año previo a la publicidad mencionada. El devenir de ambas publicaciones exhibe también la preponderancia de la ciudad de Buenos Aires en el campo editorial. Mientras las primeras conferencias de Thomas Mann en su exilio en los Estados Unidos fueron traducidas –del inglés y alemán al español– y recopiladas en esta última obra, la primera versión en inglés de las conferencias en el *New Social School for Social Research* de New York fue en 1937. Por su parte, la publicación de la obra de Zweig en Buenos Aires encuentra su correlato en el rol de Alfredo Cahn como representante del autor austriaco exiliado en Brasil (Pellmann, 2010).

La figura del escritor exiliado Paul Zech también funciona como caso testimonial de los lazos en el campo editorial. El anuario moscovita *Internationale Literatur* advertía sobre su nueva obra “*Ich suche Schmied... und fand Malva wieder*” editada en *Estrellas Verlag* en un mismo apartado que compaginaba los últimos trabajos de referentes como Käte Kollowitz y Bertolt Brecht (“Internationale”, 1942). Pellmann (2010) advierte que Zech no solo obtuvo ayuda financiera de organizaciones dirigidas a socorrer a exiliados como el *American Guild for German Cultural Freedom* y *European Film Fund*, si no también da cuenta de los contactos epistolares de Zech con el universo editorial en el exilio. Ya fuese mediante sus comunicaciones con el director de *Aufbau*, Manfred George, o bien recibiendo las recomendaciones de Wieland Herzfelde de la editorial *Malik* en Londres en cuanto al estilo de escritura que podía llegar a tener una buena recepción en el mercado (Pellmann, 2010).

El devenir de las publicaciones periódicas comprometidas con la lucha antinazi y/o dinamizadas por migrantes y exiliados fue otra instancia donde se resolvió el funcionamiento como dispositivos de exposición del campo cultural. Por ejemplo, desde el semanario *Die Zeitung: Londoner deutsches Wochenblatt* se saludaba al semanario *Deutsche Blätter* de Santiago de Chile por sus tres años de existencia, caracterizándolo como una “empresa fraternal” y otorgándole legitimidad e integrándola en su mismo espectro político-afectivo por una Alemania libre que combatía desde el exilio (“Gruss an”, 1945). Por su parte, *Aufbau* felicitaba al *Jüdische Wochenschau* por su quinto aniversario (“Fünf”, 1945) y celebraba la aparición del proyecto editorial *Porvenir*: “Es el título del nuevo periódico editado por Güter Friedländer y Hardi

Swarsenski en Buenos Aires para todas las cuestiones de la vida judía. El primer número además de contener artículos interesantes de los editores aporta trabajos de Heineman Stern, W.B, Walter Jacob, entre otros” (“Porvenir”, 1942, p. 5).

Las ansiedades circulantes por exhibir lo “novedoso” tampoco deben comprenderse simplemente como la búsqueda por calmar las expectativas de los lectores a sabiendas de exponer aquellos títulos que – tarde o temprano- iban a poder consumir, sino también, como advertimos anteriormente, como un ejercicio intelectual de autovalidación que pretendía actualizar la confianza en la existencia de una Alemania antifascista que vivía en la producción cultural desarrollada en la lengua materna. Es decir, la propia producción editorial, la preocupación por exponer la novedad como el ejercicio posterior de su lectura desde el exilio funcionaban tanto como actualización y reconocimiento de estas actividades como el último bastión del mundo libre e instancia de reconocimiento identitario. Un caso paradigmático en torno a este sentido se encuentra en el artículo de *Deutsche Schriftsteller in Palestina*, donde *Literatura* reponía el devenir de autores como Leo Perutz, Max Brod y Arnold Zweig en Medio Oriente (“Deutsche Schriftsteller”, 1944).

La preocupación por reponer en las novedades editoriales a escala global dio razón para la regular publicación de secciones como *Wie wir erfahren* en la revista *Literatura*. Un espacio con cierta similitud al segmento ya mencionado de AT /AW *Vom Büchertisch*, o bien a *Wie wir hören* en *Aufbau*, aunque no solo encargado de exhibir los libros editados, sino también de informar sobre las obras en proceso de edición y los proyectos literarios de los autores más reconocidos en la región y en el mundo. En este mismo sentido, en la primera edición de la revista se publicó un segmento titulado *Freie Deutsche Literatur* donde se resumía las novedades del momento

En Sudamérica:

El libro Negro:

Tres presidentes de estado patrocinan el “Libro Negro” editado por la editorial “El Libro Libre” (México) aparecido en español: Ávila Camacho, presidente de México; Prado de Perú y Dr. Benes, presidente de la república de Checoslovaquia. Prologo escrito por Heinrich Mann.

La séptima Cruz – Drama

La novela antinazi de Anna Seghers, cuya primera edición se agosto en dos semanas, va a ser dramatizada. La dramatización es realizada por la autora y Viola Brothers Shore.

¿Qué será de Alemania?

El ex-senador alemán Paul Merker, que actualmente vive en México, escribió con este título un estudio sobre la crisis en la Alemania de Hitler. El estudio, fuertemente político, apareció en la editorial *El Libro Libre* de México y consta de 80 páginas.

Los emigrados en Ecuador

La Casa de Editora Liebmann en Quito publica un estudio histórico del Dr Hans Heimann en español, que trata del destino de los emigrantes y sus problemas en el propio Ecuador.

En Inglaterra:

Desterrado de Austria

En la serie de escrito del P.E.N Club austriaco de Londres se publicará próximamente un nuevo libro: *Desterrados de Austria* del autor austriaco Theodor Kramer, residente actualmente en Inglaterra.

Reflexiones sobre la Historia Universal de Burckhardt – En ingles

Hermann Steinhausen, antiguo colaborador de la revista “*Mass und Wert*”, editara una traducción de *Reflexiones sobre la Historia Universal* de Jacob Burckhardt. („Freie Deutsche Literatur“, 1943. p.7)

Volveremos a esta fuente más adelante. Más allá de los pedidos directos que los lectores de *Aufbau* podían hacer de los títulos y catálogos de *Cosmopolita*, *Barna* y *Alemann* mediante envío postal, se encuentran experiencias factuales de circulación editorial en la obra de Livia Neumann *Hab Mut zum Glück* (1942) y *Puerto Nuevo* (1943). Tras ser reseñada, esta última por Fred Heller, en el AT (“Puerto nuevo”, 1943a), el mismo Heller luego publicó su comentario sobre la obra en la revista *Aufbau* (“Puerto nuevo”, 1943b) para *a posteriori* ser comercializada en los Estados Unidos y Canadá mediante el editor exiliado Friedrich Krause en New York (“Krause”, 1944). A este se suman la versión original de *Eine blassblaue Frauenhandschrift*

(1942) de Franz Werfel y *Baracke 37- Stillgestanden* de Bruno Weil, editadas por editorial *Estrellas Verlag* en Buenos Aires, comercializadas en América del Norte mediante *Aufbau* (“Zwei neue”, 1942). Una fuente alternativa para conocer la circulación y consumo de libros en alemán en Buenos Aires podemos encontrarla en la lista de libros más leídos en el mes de abril de 1943 por la editorial *Cosmopolita* en *Literatura*. Este listado exhibe que los lectores no solo se circunscribían a consumir los libros editados en Argentina, sino que se encontraban conectados con la producción literaria de autores en el exilio en el hemisferio norte. Lo cual indica el rol de los espacios editoriales en la vectorización de gustos y sensibilidades coincidentes entre consumidores en una escala ajena a cualquier lectura estadocéntrica y que encontraba su ligazón en el idioma

1. Ana Seghers: “La séptima cruz” 2. Erich María Remarque: “Ama tu prójimo” 3. Livia Neumann: Tengan valor para la felicidad 4. Franz Werfel: “La canción de Bernadette” 5. Ernest Hemingway: “Por quién doblan las campanas” 6. Vicki Baum: “La gran pausa” 7. Stefan Zweig: „Brasil, país del futuro” 8. Lion Feuchtwanger: “El diablo en Francia” 9. A.J. Cronin: “La dama con los claveles” 10. Franz Werfel: “Una letra femenina azul pálido” 11. Egon Erwin Kisch: “Mercado de las sensaciones” (“Welche”, 1943, p.5)

Esta última afirmación se sostiene en la medida en que, entre los once títulos mencionados, cinco habían sido editados por *Bermann-Fischer Verlag*-*Das Lied von Bernadette* (1941), *Wem die Stunde schlägt* (1941), *Brasilien. Ein Land der Zukunft* (1941) y *Die grosse Pause* (1941)- en tanto las obras de Ana Seghers, Lion Feuchtwanger y Egon Erwin Kisch fueron de las primeras publicaciones editadas por *Libro Libre – Verlag* en México¹³ en los meses previos a la aparición de este listado. Ya sean los títulos editados en México y Quito previamente mencionados, o los comercializados por la librería *Cosmopolita* durante el mes de abril de 1943, no debe interpretarse este como un simple listado de obras en circulación. Por el contrario, exponen tanto la preponderancia que tuvieron las condiciones políticas de cada uno de los países de la región (Kießling, 1974; 1981), primero, en la formación de instancias de sociabilidad política y cultural alemanas antinazis y, posteriormente, en la posibilidad de estos en constituirse vectores de recepción, producción y circulación de artefactos textuales. No es casual entonces la relación entre el aval recibido por *El Libro Negro* por el presidente mexicano y que la editorial *Libro Libre Verlag* sea considerado la editorial más importante del exilio alemán en América Latina (Kießling, 1981). Del mismo modo que dos de las principales organizaciones transnacionales del exilio alemán en el continente surgieron en Argentina (*Das Andere Deutschland*) y México (*Freies Deutschland*).

La preocupación por ofertar literatura en alemán la encontramos nuevamente en *Literatura*, esta vez en el número de enero de 1944. *Cosmopolita* exhibe aquí, tanto la pretensión de generar expectativa entre su círculo de lectores como la sistemática búsqueda de proveer a sus lectores de libros editados en lengua alemana e, incluso, comprometiéndolos con la incertidumbre que se vivenciaba en el mercado editorial local en torno al arribo de nuevos títulos:

Biblioteca de Prestamos Cosmopolita comunica:

La fuerte publicidad en periódicos mediante la cuales las bibliotecas de préstamo en Buenos Aires se han intentado elevar el placer de la lectura, tuvo como consecuencia en la Biblioteca de préstamos Cosmopolita un gran número de nuevas adquisiciones. En tanto biblioteca de préstamo, Cosmopolita ofrece una gran selección a cambio de una mínima cuota. Los libros están clasificados por grupos y el abonado puede encontrar sus libros elegidos con tranquilidad en las estanterías de fácil acceso. El abonado decide si sacará los libros individualmente o con un abono. En la biblioteca se hayan los más recientes periódicos y revistas de moda de los Estados Unidos para su consulta gratuita. El número de abonados en permanente crecimiento posibilita el ofrecimiento de varios ejemplares de distintos títulos. En el último tiempo se han adquirido las nuevas apariciones más importantes tanto en español como en inglés. Aún no está claro cuándo llegarán a Buenos Aires las nuevas publicaciones en lengua alemana, editadas en Suiza. Desde hace cinco meses, los siguientes libros se encuentran en gran número en camino desde Suiza para la biblioteca Cosmopolita.

Bromfield, Sueño en Luisiana. - Pearl S. Buck, *Por hoy y todos los tiempos.* - Deeping, *Dos Dibujos.* - Field, *Como si fuera hoy.* - *Lofts, Mujeres con pasado; Camino de revelación; Sangre salvaje.* - Maugham, *Un rey.* - Maurier, *La babia de los franceses.* - Morgan, *La habitación vacía.* - Yver, *La lucha de una médica.* - Houghton, *El reloj marca las doce,* - Struther, *Sr. Miniver.* - Christie, *Un triste ciprés;* - Zinniker, *Interacción de amor.* - Künel, *Corazones en guerra*

La producción de libros alemanes, sin embargo, es tan limitada que la fortaleza y la prestación de la biblioteca de préstamo descansa en la vieja y buena literatura en la cual están representados todas las valiosas novelas de la literatura mundial. El catálogo de libros consta de más de 10.000 ejemplares al momento y están cubiertas las áreas más diversas y de la mejor manera. Nuestro estimado público podrá estar satisfecho en estos tiempos difíciles ("Die Leihbibliothek", 1944, p. 5)

Los títulos aquí mencionados también advierten una primera variable de entrecruzamiento entre lo político y lo comercial en *Cosmopolita*. A diferencia de los títulos editados bajo el prisma del compromiso antifascista, aquí se observan autores populares –en su mayoría anglosajones– como Agatha Christie, Vicki Baum William Somerset Maugham, Charles Morgan, Louis Bromfield, Pearl S. Buck, entre otros. Autores de éxito internacional más bien ligados a generar una alternativa de entretenimiento para el público porteño germano hablante. En este sentido, *Cosmopolita* adquiere aquí su valencia como librería de préstamos y empresa comercial antes que editorial bajo el prisma del antifascismo. Volveremos a este punto en el siguiente apartado.

La interpelación de las publicaciones periódicas como dispositivos de exposición permite hasta aquí reponer en, al menos, algunos de los actores y operaciones editoriales que articulaban la producción literaria en Argentina con el hemisferio norte y viceversa. Asimismo, expone cómo publicaciones periódicas y sellos editoriales promocionaron a escala global la reproducción del campo cultural, así como de vectorizar sensibilidades compartidas entre el universo de lectores, advirtiendo la edición y la lectura como instancias de combate cultural. En este sentido, pudimos advertir –con algunos ejemplos– tanto la circulación de títulos locales en el Hemisferio norte y viceversa. Bajo estas condiciones, resulta significativo la completa subversión de la geografía estadocéntrica por parte de los exiliados y migrantes mediante el campo editorial. Vale decir, a través del desarrollo de una trama de artefactos textuales capaces de crear y actualizar de forma sistemática ya no solo un universo de ideas, sino también de lecturas compartidas que los mantenía unidos como comunidad afectiva.

ENTRE EL COMPROMISO POLÍTICO Y LA SUPERVIVENCIA COMERCIAL

Una dimensión alternativa desde donde pensar la interrelación en el mundo editorial se encuentra al pensar a las editoriales formadas en el exilio también como empresas comerciales que deben evaluar su siguiente apuesta editorial y atraer a sus lectores en la compra de sus productos. En este sentido, *Cosmopolita* lanzó un concurso en junio 1943 donde los lectores debían responder regularmente una serie de preguntas sobre “las novedades literarias contemporáneas” a sabiendas de ser premiados con alguno de sus productos editoriales:

En cada número de nuestra revista, planteamos a nuestros lectores 4 preguntas con premio, cuyas respuestas serán fáciles para cualquiera que conozca la literatura contemporánea y recuerde las obras de los clásicos. Sin embargo, una respuesta precisa a una pregunta concreta siempre requiere conocimientos y una buena memoria. Este es el propósito de nuestra columna permanente: "Prueba de ingenio para amantes de los libros". Ofrecemos atractivos premios por las respuestas correctas a las preguntas para recompensar el esfuerzo de nuestros lectores. Las preguntas del primer premio son:

1. ¿Quién es el escritor independiente germano-austríaco que más obras ha traducido al español?
2. ¿Qué novela antinazi publicada en México tiene más éxito en la actualidad y cómo se llama su autor?
3. ¿Quién es el autor de la famosa obra "La Guerra y la Paz", que ahora se ha reeditado en Nueva York en traducción inglesa?
4. ¿Qué libro, recientemente publicado en alemán en Buenos Aires, ha tenido mayor éxito? ("Denksport", 1943, p. s/p)

Este concurso no solo da cuenta de los gustos e intereses literarios promovidos por la editorial, sino también se dispone como una estrategia de fidelización de sus lectores. Las características de las preguntas

exhiben la necesidad por parte de los concursantes de hacerse de las críticas indicadas –las publicadas en la revista *Literatura*– sobre las últimas novedades del mundo editorial antifascista a sabiendas de responder correctamente. Una lectura similar podemos entrever en un artículo titulado *Betrachtungen eines Verlegers* (sic) donde se problematizaba el porqué de la recurrente carencia de nuevos títulos editados en alemán en la librería *Cosmopolita*. El autor del artículo propone ante sus lectores las dificultades y riesgos que integran el mercado editorial y el “buen ojo” que debe alcanzar el editor para mantener el equilibrio entre las “necesidades” del mercado y su propia pasión por el oficio (“*Betrachtungen*”, 1944). Mediante una detallada explicación de la edición como “vocación” y del rol del editor como engranaje del mercado editorial, este texto no solo exhibe la sostenida demanda por nuevos títulos –en idioma alemán– y, por consiguiente, la pretensión de la editorial por excusarse en torno a su regular falta, sino también como una representación de la editorial y sus librerías como espacios configurados a partir de la solidaridad entre editores y lectores. (“*Betrachtungen*”, 1944). Por lo tanto, una empresa comercial que, a pesar de esta misma característica, se debe a sus lectores como proyecto cultural y que se desarrolla en reciprocidad simétrica con estos. Ahora bien, el artículo también advierte sobre la responsabilidad del editor en tanto actor político que solo podrá alcanzar su reconocimiento en el campo mediante su compromiso: “El editor, que murió por causas nobles y poetas intransigentes, no tiene por qué ser honrado por sus conciudadanos y la posteridad” (“*Betrachtungen*”, 1944, p.6).

En este orden de ideas, el editor y la empresa editorial, en conocimiento de los gustos del público y las posibilidades económicas de la empresa, se presentan como “guía intelectual” que traza rutas de lectura para sus usuarios. Creemos que esto también puede interpelarse en un segundo artículo titulado *Freuden und Leiden der Leihbibliothekarin*. A pesar de no firmar el artículo, el autor de este no solo expone ante su conocido público lector las características sociales e intelectuales necesarias para trabajar en la atención al público de una librería, si no también interpela a sus clientes respecto a las responsabilidades que les atienen a estos como partícipes de una comunidad, reclamándoles paciencia y buen trato ante el personal que pretende aconsejarlo.

Es seguro que muy pronto nos familiarizaremos con los deseos y gustos de los lectores y nos esforzaremos por encontrar el libro adecuado en cada caso, porque nosotros mismos, como amantes de la lectura, sabemos lo que significa tener un libro interesante como compañero. Pero ¿no están pidiendo demasiado los clientes si esperan que nos acordemos de todos y cada uno de los libros? Debería tener en cuenta que un bibliotecario tiene que atender los intereses de muchas personas cada día y que, a menudo, a pesar de sus mejores esfuerzos, no podrá dar al lector un libro concreto en el momento en que éste crea que necesita leerlo. Esto no quiere decir que el cliente no pueda obtener un libro que desea con urgencia, sino que, por razones técnicas, a menudo no es posible proporcionarle la obra en el momento concreto. En tales casos, el lector puede contar con el asesoramiento experto de la bibliotecaria, que le proporcionará otro libro de su gusto e interés, mientras que reservará el libro solicitado, si forma parte de la colección de la biblioteca de préstamo, para que el cliente pueda leerlo en una fecha posterior con total seguridad. (...) Pero una gran parte de los clientes confían en nosotros, aprecian nuestros consejos y nos lo hacen saber. Cuánto contribuyen unas palabras de elogio y aliento a aumentar el entusiasmo por nuestro trabajo y a redoblar nuestro celo. (“*Freuden*”, 1944, p.3)

La representación de la librería como un espacio donde gran parte de los clientes confían, pero que simultáneamente estos últimos tienen responsabilidades a fin de su buen funcionamiento puede entenderse como una estrategia de comercialización por parte de la empresa. Esto es, congeniar la idea de una comunidad de lectores materializada en el propio edificio como espacio de socialización.

Por su parte, las publicaciones periódicas de la editorial *Alemann* desarrollaron desde un inicio un posicionamiento político claro que le permitió representarse comercialmente como un “medio de combate” ante el fascismo (Friedmann, 2010a). Esta caracterización se hace perceptible mediante el siguiente anuncio que acompañó la publicación:

Este periódico es el medio más eficaz para luchar contra la barbarie parda en América Latina, que se ve amenazada por la codicia de los estados totalitarios ladrones. Quien contribuye a su distribución fortalece las filas de los opositores a Hitler y se protege a sí mismo y a sus familiares. También hace un servicio a cada nuevo suscriptor que adquiere, porque el "Argentinisches Wochenblatt" goza de reputación mundial como órgano brillantemente informado y bien editado, lleno de carácter. (Das Wirksame, 1942, p.2).

Otra de las estrategias de comercialización entabladas por el sello editorial se encuentra en el uso de sus publicaciones periódicas como dispositivos de exposición de su catálogo en clave comercial, un rasgo que compartió con *Cosmopolita* en torno a su revista *Literatura*. Alemann legitimó sus productos comerciales mediante la exposición de los "avales" recibidos por figuras en el exilio al igual que a partir de las críticas recibidas por la prensa extranjera. Tanto las obras *Sappho von Lesbos* (1945) de Margot Klausner como *Der Pudel von Frau Barboni* (1944) de Werner Bock fueron publicitadas a partir de las críticas de Thomas Mann sobre las mismas ("Sappho", 1945; "Der Pudel" 1945). Por su parte, la traducción de *Iss und Nimm ab* (1945) llevada a cabo por Jeanne Bachmann fue publicitada a partir de la opinión de los medios estadounidenses a su versión original ("Iss", 1945). En cambio, la versión en alemán de *Palestine Land of Promise* (1944) realizada por Fred Heller se hizo a partir de exponer la actualidad del conflicto en medio oriente ("Palestine", 1945). *Cosmopolita* también validó la calidad de sus producciones -e hizo publicidad de estas- a partir de la crítica recibida por otras publicaciones periódicas. La antología *Herz an der Rampe* (1944) llevada a cabo por Hans Jahn y Karl Kost fue publicitada en la revista *Literatura* mediante un fragmento de la reseña publicada meses atrás en *Aufbau* ("Besprechung", 1944), la revista tuvo la misma maniobra con la novela *Puerto Nuevo*, aunque en esta ocasión retomando la crítica recibida en el AT ("Puerto nuevo", 1943c). Otra estrategia fue la publicación de paratextos como prefacios, introducciones y pequeños fragmentos de las obras de la editorial en la revista. *Literatura* publicitó la traducción del *Martin Fierro* por Adolf Borstendoerfer a partir de exhibir los primeros párrafos de la obra acompañada del prólogo escrito por el autor. ("José Hernández", 1945).

Si nos detenemos en la antología mencionada, podemos reconocer no solo la búsqueda por el sello editorial de legitimar la producción literaria en la Argentina por los exiliados en el mercado mundial, sino también la valencia de esta publicación como un ejercicio de materialización de una comunidad afectiva y un espacio de enunciación desde América Latina, comprometido con la lucha antifascista e insertada en una geografía cultural trasatlántica. Vale decir, en términos de Viu (2018), artefactos textuales que "diseñar(ON) emotiva, discursiva y estratégicamente un lugar propio en el conflicto, un lugar a partir del cual leer y ver la guerra desde una renovada definición de la proximidad y articulando una comunidad afectiva particular" (p. 420). Si bien en su prólogo la editorial reconocía la ausencia de derechos para la edición de algunas obras y sus autores, convenía que -más allá de la futura valoración de los lectores- unos y otros compartían su compromiso por una "Alemania libre".

Queremos aprovechar esta oportunidad para dar las gracias tanto a los editores como a los autores, todos los cuales nos han permitido imprimir gratuitamente sus contribuciones. Debido a las dificultades creadas por la guerra, no nos ha sido posible ponernos en contacto con algunos de los autores, de los que no hemos podido prescindir en aras de la exhaustividad. Estamos convencidos de que, en interés de la literatura alemana libre, dará su consentimiento tácito a la publicación de algunas de las chansons, sobre todo teniendo en cuenta que no pretendemos obtener ningún éxito económico con este libro. El objetivo es exclusivamente promover una forma de arte que tiene tanta más razón de ser en la literatura alemana libre cuanto que ha sido condenada al ostracismo y marginada en su país de origen. (*Herz an der Rampe*, 1945, p.5).

En la lista de veintiséis autores que componen la obra se congeniaba un abanico que registraba desde autores consagrados de la literatura alemana en el exilio como Hermann Hesse, Bertold Brecht y Kurt Tucholsky junto con personalidades del mundo editorial del exilio en Buenos Aires como Livia Neumann,

Hans Jahn, Liselotte Reger y Jeanne Bachmann. Por lo tanto, un artefacto textual, en tanto instancia de locución articuladora de sensibilidades sobre un paisaje intelectual imaginario donde se ubicaba idealmente (Sarlo, 1992).

La valencia de las publicaciones periódicas como vasos comunicantes que posibilitaron la reproducción de lazos emocionales e identitarios no debe entenderse intrínsecamente en torno a la identificación política y su integración dentro de aquel universo discursivo. Existen otros casos donde las publicaciones periódicas funcionaron como instancias de recepción de comunicaciones personales a escala global. Una muestra paradigmática en este sentido lo encontramos en el *Shanghai Jewish chronicle: Zeitung für die Juden in Ostasien*. Mediante la sección “*Nachrichten, Antworten und Briefe bei der “Hicem”*”, la publicación daba a conocer entre sus lectores las comunicaciones recibidas en las oficinas del proyecto editorial para que estas puedan ser retiradas. La lectura detenida de estas secciones exhibe no solo una pluralidad de remitentes a escala global, sino también la proximidad familiar entre interlocutores que disponían de la publicación como vaso comunicacional. Un ejemplo lo encontramos en el número de diciembre de 1943, donde puede leerse una carta desde *City Bell* (Argentina) para Welzer will Moritz (“*Nachrichten*”, 1943). Por su parte, El AT y AW dispusieron, aunque a escala local y regional, de segmentos como *Briefkasten* y *Seelenklinik* que venían a funcionar como instancias resolutivas para los conflictos cotidianos de los lectores. Además, James Friedmann –editor de *Cosmopolita*– actuó como representante de *Aufbau* en la Argentina. Entre sus tareas se registra la responsabilidad de recibir las cartas de lectores que pretendían utilizar la sección *Gesucht wird* del medio gráfico neoyorkino. Una sección dirigida a que los lectores encontraran a familiares y amigos en el extranjero mediante la puesta en funcionamiento por la revista de una red de representantes a escala global (“*Gesucht wird*”, 1950).

Aun cuando existían grandes distancias geográficas entre estos tres casos mencionados, los espacios habilitados por estas propuestas editoriales no deben entenderse únicamente como instancias de solidaridad para con sus lectores migrantes y exiliados, sino también como ejercicios comerciales que incentivan el consumo y la circulación de las publicaciones mediante la fidelización de sus clientes. En otros términos, aunque no podemos eludir su funcionamiento como espacios que permiten la reproducción de las sensibilidades comunitarias entre germano hablantes en el extranjero, resulta pertinente destacar su lado comercial en la arquitectura del proyecto editorial.

Puede sostenerse un diagnóstico similar si nos detenemos en algunas de las publicidades en las publicaciones periódicas y librerías porteñas sobre su oferta de lectura (Münster, 2011). A pesar de su compromiso político, estos espacios ofrecieron también otras literaturas que indican consumos alternativos y ligados más bien a las ansiedades cotidianas. Al respecto, en su análisis del mundo editorial germano en Argentina durante los años treinta y cuarenta, Cartolano (1999) sugiere que la editorial *Cosmopolita*, a pesar de ser un proyecto organizado por un grupo de exiliados del régimen nazi y haber editado obras comprometidas políticamente en su lucha contra el fascismo, “casi siempre seguían el gusto del público lector germano-argentino establecido en el país: biografías noveladas, novelas de tema histórico, aventuras irresistibles, entretenidas, con un optimista final feliz” (p. 87). En este sentido, *Cosmopolita* publicitaba que en su librería se ponía a disposición de sus lectores publicaciones de moda como *Glamour*, *Vogue*, *Charm*, *La mode de la Lingerie*, entre otras (“*Aufstellung*”, 1942, p.2). La experiencia del exiliado Johann Luzian expone otra variable en torno al equilibrio entre lo político y lo comercial. En los meses previos al conflicto bélico se registra la publicidad de su librería *Bücherstube* Belgrano en el periódico *Deutsche La Plata Zeitung*¹⁴ (“*Bücherstube*”, 1939). Una experiencia que valida una vez más los postulados de Friedmann (2010b) en torno al mito de las dos aldeas¹⁵. Asimismo, su obra *Bilderbuch von Buenos Aires* (1938) ha sido caracterizada por Dornheim (1987) como un producto en esencia comercial en tanto y cuanto “se evidencia en el

propósito de captar el amplio público lector teutoparlante en Buenos Aires sin abrir las heridas que dividían a la colonia en banderías opuestas, con la colaboración de autores y de un fotógrafo de ideario político heterogéneo” (p. 90).

Este estilo de productos editoriales, sin embargo, no deben esquivar aquella literatura dirigida a problematizar temáticas de exilio. El caso de novelas editadas por *Cosmopolita* como la ya mencionada *Puerto Nuevo* de Livia Neumann, *Das Leben beginnt noch einmal* (1945) de Fred Heller o *Zwischen Gestern und Morgen* (1945) de Günther Ballin buscaron problematizar y narrativizar el exilio alemán y, con ello, generar productos editoriales. En este sentido, Lila Bujáldon de Estevez (1987) ha planteado respecto a la obra de Ballin que “el horizonte de espera de ese público y el objetivo del editor (...) “enmarcan ese pacto típico de la novela autobiográfica que implica el reconocimiento tanto del autor en el protagonista de la novela, como de las propias experiencias de los lectores recién emigrados” (p.74). Sin embargo, la autora también advierte otros posibles interesados: “el resto del público, alemanes ya residentes en la Argentina desde antes de 1933, buscaría en la novela documento y testimonios de los sucesos en la Alemania Nazi” (p.74). Es decir, se puede reconocer –al menos– dos estilos de consumidores germano hablantes (quien se identifica con su obra y quien lo hace como testimonio de época) junto a una estrategia comercial, publicar libros que repongan al exilio como experiencia.

Otras instancias alternativas que visibilizan el equilibrio entre el compromiso político y la supervivencia comercial se encuentran en aquellas publicaciones que no tenían un objetivo político. La colección *El ayudante práctico*, una serie de manuales editados en español, se dirigía a un público de amplio espectro por parte de *Cosmopolita*. La publicación de *Humorismo Mundial* (1944), *Rätselheft* y los cuentos infantiles ilustrados por Werner Bach también pueden entenderse como propuestas de entretenimiento ajenas al compromiso antifascista. Otra lectura puede establecerse en torno a la publicación de la colección *Praktische Fuehrer durch das Argentinische Recht* (1943-1944) y *Was in Wörterbuch nicht steht* (1943), ambas producciones pueden pensarse como herramientas de inserción en la vida cotidiana para los recién arribados, pero, simultáneamente, propuestas que venían saldar una necesidad ante los inexpertos en el idioma español y la cultura rioplatense. En esta sintonía, la edición de *Iss und nimm ab* y *Erprobte Kochrezepte der Neuen und Alten Welt* por parte de la editorial *Alemann* nos habla de estrategias comerciales que también convivieron con el compromiso político. La introducción del segundo libro de Bachmann indica el recorrido editorial para que su libro de recetas se publicara.

Este pequeño libro de cocina es el resultado de un concurso organizado por el "*Argentinisches Tageblatt*", que despertó gran interés entre los lectoras -e incluso lectores- de este periódico en lengua alemana, y en el curso del cual se enviaron innumerables recetas. (...) Por supuesto, los gustos varían mucho, sobre todo en cuestiones de alimentación, pero como las recetas aquí recogidas proceden de amas de casa argentinas, alemanas, austriacas, checas, suizas y húngaras, y de quienes también han adquirido o ampliado sus conocimientos culinarios en otros países europeos y no europeos, cada una de las lectoras encontrará lo que le gusta y le resulta útil (Bachmann, 1942, p.3)

Este estilo de literatura también habla de las necesidades materiales que emergen en los sujetos al migrar o exiliarse en una sociedad con la que no se comparten los mismos códigos culturales. Con el desarraigo, comienza también una etapa donde el diálogo entre el aquí-ahora y el allá-entonces convergen en necesidades materiales e inmateriales. Ya sea en una alternativa para el entretenimiento en la lengua materna, de recetas de cocina coincidentes con los ingredientes y los gustos conocidos, pero también en torno a ansiedades cotidianas como mantener una figura esbelta e incluso del ámbito más íntimo como las relaciones sentimentales. Respecto a este último punto, podemos destacar el libro *Hab Mut zum Glück* (1942) de Livia Neumann. En su prólogo, el editor da una referencia en torno a cómo surgió este libro, advirtiendo que su público lector “ya han sido participes en los últimos años del sufrimiento de nuestros grandes tiempos.

Muchos de los problemas, cuya solución este libro ofrece resolver como una alegre y divertida medicina, son producto de nuestro tiempo” (p.9). La introducción de la autora también sugiere que este libro se contextualiza en un periodo convulsionado y que pretendía acercarse a un público lector que se encontraba atravesado en sus afectos y sensibilidades por aquel contexto. La alocución final mediante la que Neumann invita al lector a sumergirse en la lectura plantea un guiño mediante el uso de un vocabulario bélico propio de los frentes de batalla, y que el lector conocía a partir de los discursos circulantes en el mercado editorial.

Por tanto, sean fuertes. No se dejen llevar, tómense de sus propias manos, agárrense fuerte, permanezcan erguidos e inquebrantables... Sean soldados resistentes en la guerra de nervios de la vida, ¡no se acobarden ante la ofensiva del sufrimiento! ¡Entonces saldrán victoriosos! ¡Tengan el valor de ser felices! (p. 12).

Una vez finalizada la Segunda Guerra Mundial *Cosmopolita* lanzó *Panorama: Unsere Zeit in Querschnitt – selecciones universales en alemán* (1945-1946). De periodicidad mensual y con un sistema de comercialización que le permitía llegar tanto a los países americanos, Europa y Sudáfrica. Esta publicación tuvo la bienvenida de *DAD*, la cual sintetizó la estructura y objetivos que perseguía el nuevo proyecto editorial de Friedmann como similar a la revista norteamericana *Reader's Digest*. Un estilo de plataforma de lectura que, para *DAD*, podían suponer un gran peligro al divulgar posiciones sensacionalistas sobre problemáticas económicas y políticas (“Panorama”, 1945). Sin embargo, según la lectura de *DAD*, *Panorama* “no sólo cumple el propósito de informar a los lectores de forma fácilmente comprensible sobre los avances de la ciencia, la técnica, etc., sino que también contiene artículos de valor literario” (“Panorama”, 1945, p.15). Una propuesta de lectura que -y en tanto producto de posguerra- se prefiguraba en vistas a una miscelánea de tópicos de amplio espectro, donde el compromiso político era un elemento más dentro del proyecto de publicación. En otras palabras, donde los artículos que venían a interrogarse sobre el mundo y la Alemania de posguerra, o bien a continuar con la tradición de *Literatura* reponiendo las novedades del campo editorial y recuperando fragmentos de producciones literarias de autores de la cultura alemana, se veían acompañados ahora por productos editoriales que no siempre retornaban a la valencia que había tenido la editorial como faro de la cultura alemana en el exilio.

Más allá de esta distinción, *Panorama* funcionó como una nueva apuesta desde la producción editorial en alemán en América Latina dirigida a circular en ambos hemisferios y actuó como plataforma de mediación para los lectores y el mercado editorial. Las publicidades registradas en sus diversos tomos dan cuenta de la positiva valoración de esta publicación por las empresas editoriales y librerías como instancia de exposición para alcanzar nuevos mercados y consumidores. Entre los diversos números se registran sellos: *Europa Verlag/Verlag Oprecht* (Zürich), *Bermann-Fischer Verlag* (New York), *Verlag G. Meyers* (Zürich) *Verlag M.L Oliveria-Menzl* (Rio de Janeiro), *Peuser* (Buenos Aires), *Steinberg Verlag* (Zürich) *Ediciones Anaconda* (Buenos Aires), *Pigmalión* (Buenos Aires) *Pocket Book Inc.* (New York) *Encyclicos – Verlag* (Zürich), *Casa Barna* (Buenos Aires), entre otros.

CONCLUSIÓN

El recorrido propuesto hasta aquí ha intentado exhibir a las editoriales *Alemann* y *Cosmopolita* como entidades participantes de una red intelectual y comercial trasatlántica desarrollada por editores en el exilio. Como hemos expuesto, tanto *Literatura* como el AW y AT se transformaron en dispositivos de exposición de la producción cultural en el exilio, así como plataformas desde donde se integraron los exiliados y opositores al régimen nacionalsocialista a una comunidad afectiva global. Dentro de las estrategias de inserción se encontraba la generación de vínculos publicitarios con revistas en el exterior, la edición y puesta

en circulación en América Latina de obras editadas en el hemisferio norte, así como la de funcionar como agentes para la comercialización de las obras editadas en Buenos Aires hacia el exterior, lo cual permitía a sus lectores y autores sentirse aún más parte de aquella red. En esta misma sintonía, ambas editoriales integraron un campo cultural figurado en una “Alemania libre” que vivía en el exilio o se oponía al régimen nacionalsocialista. Su intervención como actores del campo se observa en el ejercicio de estrategias similares a las propuestas editoriales del hemisferio norte pretendiendo su autovalidación como referentes y baluartes de este.

El flujo de artefactos textuales (citas, publicaciones periódicas, libros, traducciones, entre otros) a escala transnacional construyó una territorialidad propia, donde los espacios y actores de enunciación se desarrollaron a escala global. Estos encontraron tanto en un programa político mínimo, en ejercicios en ocasiones imaginario y, en otros, materiales la renovación sistemática de la identidad en tanto germanoparlantes en oposición al régimen nacionalsocialista. Así como el AT se representaba como un medio de combate ante el nazismo (Friedmann, 2010a), el ejercicio de la lectura se convirtió en una práctica subversiva y de resistencia al Tercer Reich entre los exiliados y opositores. Tal vez, encontremos aquí una variable explicativa en torno a la demanda y preocupación de los editores de *Literatura* ante la ausencia de nuevos títulos en el mercado porteño. El abanico de editoriales y sus publicaciones en alemán en Buenos Aires expone también a este campo editorial como un espacio con múltiples actores. Es decir, si bien *Alemann* y *Cosmopolita* fueron dos de los principales actores del campo a escala local, las intervenciones aquí mencionadas de *Estrella Verlag* y *Pigmalión* – esta última mediante la publicación de la novela de Stefan Zweig bajo la anuencia de Alfredo Cahn –, así como el circuito de librerías y bibliotecas judeoalemanas en Buenos Aires (Münster, 2011), configuran la magnitud e interconexión del campo.

Dentro de las estrategias comerciales tendientes a generar un vínculo con sus lectores podemos reconocer ejercicios tradicionales como los sorteos o la representación de la librería como un espacio de socialización antes que de consumo. Sin embargo, *Cosmopolita* y *Alemann* supieron desarrollar también una simbiosis entre el compromiso político, la necesidad espiritual y el desarrollo comercial, valiéndose de las experiencias de exilio y la migración forzada a un país con una cultura y un idioma diferente como una instancia desde donde producir literatura que cumpliera con las necesidades materiales e inmateriales de sus lectores. Revistas de moda, libros de cocina y dietas, cuadernos de humor gráfico y acertijos, cuentos infantiles, diccionarios de argentinismos y manuales con consejos para recuperar una vida social pausada por la catástrofe global fueron algunos de las estrategias comerciales desarrolladas en este sentido y acompañaron los discursos dirigidos a configurar una resistencia política y cultural ante el nacionalsocialismo.

REFERENCIAS

- Antifaschistische Schriftsteller und Künstler in der Emigration* (01 de Noviembre 1942). Internationale Literatur. p.100.
- Argentinisches Wochenblatt. (11 de Julio de 1941). *Aufbau*. p.18
- Asmus, S (2019). *Exil. Erfahrung und Zeugnis. Deutsches Exilarchiv 1933–1945 der Deutschen Nationalbibliothek*. Göttingen: Wallstein Verlag.
- Aufbau* (20 de marzo de 1943). *Das Andere Deutschland*. s/p
- Aufbau* (05 de octubre de 1941). *Argentinisches Tageblatt*. p.7
- Aufstellung von Modezeitschriften. (mayo, 1942). *Literatura*. Nachrichten für Bucherfreunde. p.2

- Bachmann, J (1942). *Erprobte Kochrezepte der Neuen und Alten Welt*. Buenos Aires: Alemann Verlag
- Besprechung im „Aufbau“ vom september 1944. (diciembre, 1944). *Literatura: Nachrichten für Bucherfreunde*, p.2
- Betrachtungen eines Verlegers (diciembre, 1944). *Literatura: Nachrichten für Bucherfreunde*, p.6
- Bourdieu, P. (2007). *Intelectuales, política y poder*. Buenos Aires: Eudeba.
- Bücherstube Belgrano (22 de febrero de 1939). *Deutsche La Plata Zeitung*. p.12
- Bücher sind Waffen! (Mayo, 1943). *Literatura: Nachrichten für Bucherfreunde*. p. 3
- Bujáldon de Esteves, L. (1987). El documento de una novela autobiográfica. Günther Ballin. Número especial “La Argentina en la literatura de Exilio” (pp. 67-80). Mendoza: Universidad Nacional de Cuyo.
- Carreras, S. (2019). *Identidad en cuestión y compromiso político: los emigrados germanohablantes en América del Sur*. Frankfurt am Main: Vervuert/Madrid: Iberoamericana.
- Cartolano, A. (1999). Editoriales en el exilio. Los libros en lengua alemana editados en la Argentina durante el período 1930-1950. En R. Rohland de Langbehn (Comp.), *Actas del Simposio Paul Zech y las condiciones del exilio en la Argentina 1933-1949* (pp. 81-92). Buenos Aires: Facultad de Filosofía y Letras.
- Casa Barna. (05 de noviembre de 1943a). *Aufbau*, p.15
- Casa Barna (1 de diciembre 12 de 1943b). *Das Andere Deutschland*, p. 26.
- Casa Barna. (1 de agosto de 1943c) *Das Andere Deutschland*. p. 2.
- Cosmopolita. (7 de julio de 1945). *Aufbau*. p. 27
- Das Wirksame Kampfmittel. (18 de julio de 1942). *Argentinisches Wochenblatt*. p. 2.
- Denksport für Bücherfreunde. (mayo, 1943). *Literatura: Nachrichten für Bucherfreunde*. s/p
- Der Pudel von Frau Barboni (30 de junio de 1945) *Argentinisches Wochenblatt*. p.10
- Deutsche Schriftsteller in Palestina (enero, 1944). *Literatura: Nachrichten für Bucherfreunde* p.7
- Die Leihbibliothek Cosmopolita teilt mit: (enero, 1944). *Literatura: Nachrichten für Bucherfreunde*. p.5
- Die Freie Deutsche Bühne in Buenos Aires. (20 de diciembre de.1940). *Aufbau*. p. 11
- Dornheim, N (1987). Johan/juan Luzian – biografía literaria de un exiliado alemán en la Argentina. *Boletín de Literatura comparada*, 81-106.
- Freuden und Leiden der Leihbibliothekarin (diciembre, 1944). *Literatura: Nachrichten für Bucherfreunde*. p.3
- Friedmann, G. (2009). La cultura en el exilio alemán antinazi. El Freie Deutsche Bühnede Buenos Aires, 1940-1948. *Revista Anuario IEHS*, 24, 69-87
- Friedmann, G (2010a). *Alemanes antinazis en la Argentina*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Friedmann, G. (2010b). Los alemanes antinazis de Argentina y el mito de las dos aldeas. *Ayer*, 77, 205-226.
- Friedmann, G. (2019). El discurso nacionalsocialista en la Argentina frente a la “infiltración nazi”. *Prohistoria: historia, políticas de la historia*, 32, 127-154.
- Fünf Jahre „Judische Wochenschau“ in Buenos Aires. (20 de Julio de 1945). *Aufbau*. p. 8

- Gandhi, L. (2006). *Affective communities: Anticolonial thought, fin-de-siècle radicalism, and the politics of friendship*. Duke University Press.
- Graf, O. M. (08 de septiembre de 1944) "Graf Ciano". *Aufbau*. p. 9
- Gesucht wird (24 de febrero de 1950). *Aufbau*. p. 27
- Gruss an die Detusche Blättern. (25 de mayo de 1945) *Die Zeitung: Londoner deutsches Wochenblatt*. p.7
- Heller, F. (14 de enero de 1944). Der neue Hafen. *Aufbau*. p.23
- Iss und Nimm ab (07 de julio de 1945). *Argentinisches Wochenblatt*. p. 10.
- Jahn, H. y Kost, K. (1945). *Herz an der Rampe*. Buenos Aires: Cosmopolita
- José Hernández: Martín Fierro. (marzo, 1945). *Literatura: Nachrichten für Bucherfreunde*. p. 1
- Kießling, W. (1974). Alemania Libre in Mexiko. Akademie – Verlag, Berlin
- Kießling, W. (1981). Kunst und Literatur im antifaschistischen Exil 1933-1945: Exil in Lateinamerika (Vol. 4). Reclam.
- Krause, F. (21 de enero de 1944). *Aufbau*, p. 6
- Kulturnotizen (01 de febrero de 1942). *Freie deutsche Kultur: German anti-nazi monthly*. p. 11
- La voz del día. (junio de 1942). *Volksblatt*. p.8.
- Lindlahr, V. (1945) *Eat and Reduce! [Iss und nimm ab]* (por editorial Alemann.). Buenos Aires: Editorial Alemann
- Rogers, G. (2019). Las publicaciones periódicas como dispositivos de exposición". En V. Delgado y G. Rogers (Coords.), *Revistas, archivo y exposición: Publicaciones periódicas argentinas del siglo XX* (pp.11-28). La Plata: Universidad Nacional de La Plata. Colectivo Crítico; 5, 2019. Recuperado de <https://www.libros.fahce.unlp.edu.ar/index.php/libros/catalog/book/148>
- Moraes Medina, M (2021). Parce que c'est la France!: cooperación heroica y sufrimiento en Les Cahiers Français durante la Segunda Guerra Mundial". *Universum*, 36(1), 49-68. <https://doi.org/10.4067/S0718-23762021000100049%20>
- Münster, I. (2011). Librerías y bibliotecas circulantes de judíos alemanes en la ciudad de Buenos Aires, 1930-2011. *Estudios Migratorios Latinoamericanos*, 25(70), 157-176.
- Nachrichten, Antworten und Briefe bei der "Hicem". (09 de diciembre de 1943) *Shanghai Jewish chronicle: Zeitung für die Juden in Ostasien*. p.3
- Neuheiten in der freien deutschen Literatur. (abril de 1943). *Volksblatt*. p.8.
- Neumann, L. (1942). *Hab Mut zum Glück*. Buenos Aires: Cosmopolita.
- Palestine Land of Promise (06 de octubre de 1945). *Argentinisches Wochenblatt*. p. 10.
- Panorama. (15 de noviembre de 1945). *Das Andere Deutschland*. p.15
- Pellmann, F. (2010). Paul Zech en Buenos Aires. Crisis cultural y concepción del nuevo mundo. En R. Rohland de Langbehn y M. A. Vedda, (Comps.), *Anuario Argentino de Germanística. Anejo II. La emigración alemana*

en la Argentina (1933-1945). *Su impacto cultural* (pp.109-139). Buenos Aires: Asociación Argentina de Germanistas.

Pita González, A. y Grillo, M. (2015). Una propuesta de análisis para el estudio de revistas culturales. *Revista Latinoamericana de Metodología de las Ciencias Sociales*, 5(1). Recuperado de http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.6669/pr.6669.pdf

Porvenir. (25 de septiembre de 1942). *Aufbau*. p. 5

Puerto Nuevo. (16 de septiembre de 1943a). *Argentinisches Tageblatt*, p.4

Puerto Nuevo. (14 de enero de 1944b). *Aufbau*, p.23

Puerto Nuevo. (enero, 1944c). *Literatura: Nachrichten für Bucherfreunde*, p.6

Roman, C. (2019). Pensar en/desde/con/contra el archivo. *Orbis Tertius*, 24(30), e127. En Memoria Académica. Recuperado de http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.11523/pr.11523.pdf

Saint-Sauveur-Henn, A. (2002). Exotische Zuflucht? Buenos Aires, eine unbekannte und vielseitige Exilmetropole“. En C.-D. Krohn et al., *Exilforschung. Ein internationales Jahrbuch*. Band 20: *Metropolen des Exils* (pp.242-269). München: Text +kritik.

Sappho von Lesbos (17 de noviembre de 1945). *Argentinisches Wochenblatt*. p.8

Sarlo, B. (1992). Intelectuales y revistas: razones de una práctica. América. *Cahiers du criccal*, 9(1), 9-16. Recuperado de https://www.persee.fr/doc/ameri_0982-9237_1992_num_9_1_1047

Stefan, P (02 de enero de 1942). Werfes letzte Wiener Novelle. *Aufbau*. p. 8.

Vom Büchertisch (08 de julio de 1939). *Argentinisches Wochenblatt*. p. 24

Viu, A. (2018). Lloremos y traduzcamos. La Segunda Guerra Mundial y la Cooperación Intelectual desde Babel. Revista de revistas (1939-1940). En R. Gaune y C. Rolle (Comps.), *Homo dolens. Cartografías del dolor: sentidos, experiencias, registros* (pp. 418-434). Santiago de Chile: Fondo de Cultura Económica.

Viu, A (2017). Culturas lectoras, recortes y colaboración en las revistas culturales: Repertorio Americano y Babel. *Revista de Humanidades*, 35, 159-184. Recuperado de <https://repositorio.unab.cl/xmlui/handle/ria/7736>

Walter, H. A. (2016). *Deutsche Exilliteratur 1933-1950. Exilpresse*. Band 4. Springer-Verlag.

Welche sind die Meistgelesenen Bücher in Buenos Aires? (mayo, 1943). *Literatura: Nachrichten für Bucherfreunde* p.5

Zwei neue deutsche Bücher. (02 de enero de 1942) *Aufbau*. p. 8

NOTAS

¹ Friedmann (2010a) advierte que el AT a partir de 1937 tuvo un salto cuantitativo y alcanzó (e incluso superó) la venta periódica de más de 40.000 ejemplares. Mientras el semanario comenzó a publicarse en el año 1878 y tuvo su última edición en 1963, la versión diaria aún continúa editándose en formato digital.

- ² A diferencia de *DAD* o *Volksblatt*, el *Jüdische Wochenschau* (Semanario Israelita) surge en 1940 como una propuesta editorial en alemán dirigida en informar sobre “temáticas judías” dentro de la colectividad.
- ³ Germán Friedmann ha marcado la importancia tanto de la empresa teatral *F.D.B.*, el programa radial *Die Stimme des Tages* el *Club Vorwärts* y La escuela *Pestalozzi* como algunos de los espacios configurados por exiliados y opositores germano hablantes al nacionalsocialismo en el Río de la Plata que generaron instancias de sociabilidad, propuestas culturales e instancias de entretenimiento alternativas a las promovidas por las legaciones alemanas en América Latina. También ha remarcado la importancia de las publicaciones periódicas en la difusión de las actividades culturales como las funciones de la empresa teatral *F.D.B.* por parte de los medios gráficos de gran tirada nacional y los alemanes y antinazis asentados en Buenos Aires. Incluso, las repercusiones internacionales de las adaptaciones al español de obras originalmente en idioma alemán (Friedmann 2010b; 2009)
- ⁴ Germán Friedmann ha expuesto diferentes variables en torno a la relación entre publicaciones periódicas alemanas y antinazis en la Argentina, y su circulación y efectos políticos a escala nacional e internacional. Ya sea en las repercusiones en la prensa norteamericana sobre las denuncias sobre la “Infiltración nazi” en Argentina divulgadas por el AT, *DAD* o *Schwarze Front*, el trabajo en complicidad con medios de prensa nacionales en la difusión de las denuncias, mediante la edición de *Informaciones para la prensa sudamericana*, o bien en la relación de distintas personalidades del entorno antinazi alemán con la *Comisión Investigadora de Actividades Antiargentinas* (Friedmann, 2019; 2010a; 2009).
- ⁵ Resulta pertinente advertir que la noción hemisferio norte hace alusión a la división geodésica que traza un paralelo sobre el Ecuador. Es decir, no intenta hacer alusión a relaciones de poder entre el norte y el sur global. Me permito hacer esta distinción, ya que los exiliados y opositores encontraban todos en la persecución y/o destierro su condición común
- ⁶ El material ha sido analizado en la Deutsche Nationalbibliothek en Frankfurt Am Main.
- ⁷ Las fuentes en alemán han sido traducidas por el autor para facilitar la lectura del texto.
- ⁸ Se utilizarán de modo indistinto las expresiones “Alemania libre” y “otra Alemania” como formas de caracterizar aquellas individualidades, colectivos, proyectos político-culturales que compartieron su oposición al Nacionalsocialismo en el exilio. Sin embargo, resulta pertinente aclarar que también son los nombres de distintas organizaciones antinazis. Mientras *Das Andere Deutschland* tenía sede en Bs.As, *Freies Deutschland* la tenía en México. Asimismo, en la década de 1940 también existió otra agrupación llamada *Alemania Libre -Frei-Deutschland Bewegung*, con sedes principales en Bs. As. y Nueva York.
- ⁹ Para dimensionar la preponderancia tanto de estas obras y figuras en la historia del exilio alemán véase: Kieser, R. (1981). *Deutsche Exilliteratur 1933-1950. Band 4: Exilpresse*; Kießling, W. (1981). *Kunst und Literatur im antifaschistischen Exil 1933-1945: Exil in Lateinamerika (Vol. 4)*. Reclam.
- ¹⁰ Para conocer más sobre los proyectos Queridos Verlag y Allert de Lange Verlages, vease: Walter, H, A (1997): Fritz H. Landshoff und der Querido Verlag 1933-1950. Marbach: Deutsche Schillergesellschaft.
- ¹¹ Para conocer más sobre el FDB, véase: Kelz, R. (2020). *Competing Germanies: Nazi, Antifascist, and Jewish Theater in German Argentina, 1933–1965*. Cornell University Press. En el caso de la empresa teatral *Die Komödie* véase: Wegner, S. (2016). *Das Theater und die Emigranten: Montevideo, Die Komödie und das Teatro Universal*. *Münchener Beiträge zur jüdischen Geschichte und Kultur*, 10(2), 46-57.
- ¹² Para conocer más sobre el proyecto editorial Bermann-Fischer Verlag, vease: Bermann-Fischer, G (1995): *Wanderer durch ein Jahrhundert*. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag.
- ¹³ La editorial *El Libro Libre* funcionó en México D.F entre 1942 y 1946. Su desarrollo como proyecto editorial estuvo íntimamente ligado con el movimiento *Alemania Libre* de tendencia comunista. Para un estudio pormenorizado sobre el exilio alemán en México véase: Kiessling, W (1974). *Alemania Libre in Mexiko*. Akademie – Verlag, Berlin; Díaz Pérez, O. C. (2004). *Der Exilverlag El Libro Libre in Mexiko*. Krohn, Klaus-Dieter et al.: Exilforschung. *Ein internationale Jahrbuch*, 22, pp.156-179. De Gruyter: Berlin.
- ¹⁴ El periódico *Deutsche La Plata Zeitung* fue la publicación periódica con mayor tirada en idioma alemán adherente al régimen nacionalsocialista en Argentina
- ¹⁵ El mito de las dos aldeas refiere al supuesto ampliamente difundido en los estudios sobre exilio alemán en Argentina respecto a la tajante separación entre el sector republicano y el nacionalsocialista de la comunidad germano hablante en Buenos Aires, durante la Segunda Guerra Mundial. Mediante la reposición de experiencias individuales y medidas adoptadas por organizaciones Friedmann (2010b) han dado cuenta de la porosidad entre ambos espacios.