

# BUENOS AIRES, 1920-1940: LA EMERGENCIA DE UN CENTRO EDITORIAL PERIFÉRICO

Fabio Espósito  
(IDIHCS-CONICET)

A comienzos del siglo XX la mayoría de los libros en castellano que se vendían en Buenos Aires eran editados en París, Roma, Leipzig, Madrid y Barcelona.<sup>1</sup> Incluso las contadas ediciones nacionales a menudo se mandaban a imprimir a Europa, cuyos talleres superaban a las imprentas locales en precio y calidad. En este sentido, eran las editoriales francesas y alemanas las que dominaban el mercado hispanoamericano del libro, pues gozaban de enormes ventajas competitivas no sólo en el campo de la producción, sino también en el de la comercialización de los bienes producidos. Estas empresas, de vasta experiencia en la gestión editorial, contaban con una amplia red de promoción, distribución y comercialización del libro a lo largo de Hispanoamérica, frente a la pobre organización de los editores nacionales resultaba insuficiente a la hora de competir en un mercado interno de proporciones reducidas.<sup>2</sup> Roberto J. Payró, quien fuera entre 1901 y 1907 director de La Biblioteca de La Nación, la célebre colección de libros baratos del diario *La Nación*, afirma en una de sus crónicas:

El gran negocio de libros es, en la actualidad, el de las ediciones económicas de novelas, hechas en España y Francia (reediciones). Son las obras que alcanzan mayor difusión, sin que en ello influya su mérito sino su baratura. No puede competirse. El número de aficionados a leer crece visiblemente, pero sus recursos no mejoran ni su criterio tampoco (Payro 1984: 296).

---

<sup>1</sup> De acuerdo con los datos manejados por el editor catalán Pablo Riera y Sans, miembro de la junta directiva del Institut Català de les Arts del Llibre, a fines del siglo XIX España participaba con un escasísimo 3% en el mercado del libro en Hispanoamérica, muy por debajo de las ediciones americanas, francesas, inglesas y alemanas, que dominaban los mercados de la región (Riera i Sans, 1901: 4)

<sup>2</sup> Algunos editores que producían libros en castellano para exportar a América eran Garnier, Bouret, Armand Collin, Hachette, Louis Micheaud (dirigida en América por Manuel Aguilar a comienzos de los años veinte) en Francia; Herder en Alemania; Thomas Nelson en Inglaterra y Appleton en EEUU (Martínez Rus, 2008). Para la expansión de las editoriales francesas en los mercados internacionales, véase Barbier (1990) y Botrel (2001). Para las editoriales alemanas en castellano, véase Ceballos Viro (2009)

Sin embargo, el estallido de la Primera Guerra Mundial provocó una retirada transitoria de las casas editoras provenientes de las naciones beligerantes, lo que ofreció al libro de factura nacional una excelente oportunidad de ganar espacio en un mercado en expansión.<sup>3</sup> Esta favorable coyuntura económica internacional propició el surgimiento de numerosos emprendimientos editoriales que principalmente procuraron cubrir la demanda del mercado interno. Por eso, en estos años se destacan aquellas empresas que apuntan a intervenir en la franja más dinámica del público lector: el mercado de los libros baratos.

Al mismo tiempo, hacia el final de la Primera Guerra Mundial comenzó a fortalecerse la presencia de las editoriales españolas tales como Renacimiento, Calleja con depósitos que se encargaron de la distribución de libros para todo el Cono Sur. En 1922 Julián Urgoiti viajó a Buenos Aires para evaluar la posibilidad de abrir una delegación de Calpe. El informe es positivo y meses más tarde hará lo propio Nicolás Urgoiti para realizar una gran misión propagandística. Asimismo, numerosas casas españolas cedieron sus fondos a CALPE para su distribución en América. La fuerza corporativa de los editores españoles hace que el libro se convierta en un artículo privilegiado de exportación. De modo que en 1923, en el Congreso Nacional del Comercio de Ultramar, se prestó especial atención a la edición y las artes gráficas como rubros prioritarios para la expansión exportadora de la industria española.

Paralelamente, el período de entreguerras también se abre con un momento auspicioso para los editores locales, quienes se ven favorecidos por la situación internacional y buscan adueñarse de un mercado interno hasta entonces inclinado hacia el libro de origen extranjero. Si bien este mercado resulta todavía insuficiente, crece continuamente y posee un potencial enorme principalmente en los nuevos lectores que año a año se van incorporando a un público que se expande y diversifica a medida que va cobrando forma. En pos de su conquista, los nuevos editores van ensayando diversas estrategias: desde el diseño de colecciones populares hasta las ediciones de lujo, pasando por la creación de bibliotecas de autores nacionales o la elaboración de políticas editoriales basadas en las traducciones, ya sean autorizadas o clandestinas.

La década de 1920, entonces, se caracteriza por el surgimiento y la consolidación de proyectos editoriales que se lanzan a la conquista de un público desconocido, cuya existencia es la prueba más contundente de una nueva distribución de la lectura y de la escritura: ese amplio

---

<sup>3</sup> Desde entonces serán los editores españoles quienes disputarán el mercado interno. En su estudio sobre el desarrollo de la industria editorial española, Fernando Larraz Elorriaga recuerda que a lo largo de los años veinte España llega a convertirse en la principal potencia exportadora del libro a América (Larraz Elorriaga, 2010).

espectro de lectores que, aun sin poder afrontar los precios de los libros ofrecidos en las librerías tradicionales, parece dispuesto a consumir todo tipo de materiales impresos, siempre y cuando estos productos no superen los cincuenta centavos. Como ha señalado Beatriz Sarlo, se trata de lectores cuya vinculación con lo escrito no está ligada a la frecuentación de librerías o bibliotecas familiares, sino a espacios urbanos no especializados, como los kioscos de revistas ubicados en las estaciones de trenes y subterráneos, dedicados al comercio de textos impresos en general (Sarlo 1985: 21-22).<sup>4</sup> Pero lo cierto es que por esos años, de acuerdo con las comprobaciones de Luis Alberto Romero, la publicación de libros baratos se afianza no solo como un emprendimiento comercial que puede llegar a ser redituable sino como una empresa cultural (Romero 1990: 49-54). En consecuencia, aquella nueva distribución de la lectura y la escritura que alcanza a los sectores medios y populares favorecerá la emergencia de un nuevo tipo de editor cuyas funciones, en tanto agente de un campo intelectual y literario autónomo, se identifican con las del “difusor, animador o del propiciador”.<sup>5</sup> Esta nueva figura, definida como un agente cultural moderno, controla financieramente las publicaciones, y a la vez define las características de los productos impresos según el gusto y los intereses del nuevo público; dispone la edición de libros como bienes culturales organizados en series y colecciones que funcionan como verdaderas guías de lecturas; orienta su intervención hacia el mercado y planea y estimula líneas de producción literaria contribuyendo a su consolidación como profesión remunerada. Pero al mismo tiempo su labor implica un cúmulo de funciones vinculadas con la prédica política y cultural en una sociedad de masas, como en los casos de Samuel Glusberg y Antonio Zamora que veremos más adelante.

Para precisar el perfil de esta nueva y cada vez más visible figura de editor que desde fines de la década de 1910 ya no meramente administra y gerencia las obras que pone en circulación, es imprescindible mencionar los casos ya paradigmáticos de Manuel Gleizer, Samuel Glusberg, Jacobo Samet, Antonio Zamora y Juan Carlos Torrendell, esto es, inmigrantes judíos e inmigrantes españoles.

Las trayectorias de los nuevos editores, provenientes de humildes familias de inmigrantes, y algunos nacidos en el extranjero, muestran un itinerario cuyo comienzo señala el desempeño de oficios no vinculados con la cultura o la inserción en las profesiones vinculadas más con la prensa que con el ejercicio mismo de la literatura. Samuel Glusberg, por ejemplo, de muy joven y antes de convertirse en el interlocutor privilegiado de intelectuales como José Carlos Mariátegui y Waldo

---

<sup>4</sup> Los libros también llegaban a los hogares en las visitas del vendedor domiciliario, agente fundamental de esta nueva distribución de la cultura (Sarlo, 1985: 22).

<sup>5</sup> Estos son los términos que utiliza Horacio Tarcus para caracterizar a un típico editor de la época como lo fue Samuel Glusberg (Tarcus, 2001: 32).

Frank, fue vendedor de máquinas de coser y empleado del ferrocarril, comisionista de una imprenta y agente de librería, empleos que llevaba adelante para pagarse los estudios (Tarcus, 2001: 30); Manuel Gleizer, antes de entrar en el comercio del libro, había tenido una agencia de venta de billetes de lotería; Antonio Zamora fue corrector del diario *Crítica*. Jóvenes no universitarios, formados en una educación autodidacta de origen familiar (Tarcus, 2001: 29-30),

Los nuevos editores, estimulados por el dinamismo demostrado por el público de diarios, revistas y folletos, sacan a la luz un conjunto de colecciones populares, cuyas entregas no superan los cincuenta centavos, orientando las lecturas mediante la selección de los textos, su disposición en series y la presentación de los autores a través de breves notas biográficas. En 1915 aparecen las Ediciones Mínimas, cuadernos mensuales de ciencias y letras, dirigidas por Ernesto Morales y Leopoldo Durán. Este tipo de publicación inaugura en Argentina la modalidad del cuadernillo de frecuencia quincenal, mensual o semanal dedicado a difundir una obra corta -novela o cuento, generalmente- de escritores contemporáneos de renombre. La colección llegó hasta el año 1922, alcanzando un total de 60 números y 52 entregas. El número inicial correspondió a *Evangélicas*, de Almafuerte. Fueron publicadas además obras de Darío, Ingenieros, Arrieta, Tagore, Rodó, France, Carducci, Papini, entre otros.<sup>6</sup> Este tipo de colecciones, con un soporte material más económico, pero sobre todo más efímero, relanza obras y autores consagrados previamente entre un público restringido y va estableciendo en consecuencia estratos diferenciados de lectores al ritmo acelerado de su circulación. A su vez, a medida que las obras renuevan sus circuitos culturales, el cúmulo de sus significaciones se va modificando.<sup>7</sup> Si en la esfera del lector entendido o especializado ciertas obras habían sido consumidas como novedades ya sea nacionales o extranjeras —estas últimas en su idioma original—, tales obras, puestas ahora al alcance de nuevos lectores, se convierten en productos renovados y actualizan nuevas institucionalizaciones de la literatura. Así, como veremos en el caso de Antonio Zamora y Claridad, estas nuevas funciones estarán vinculadas a una pedagogía social asentada en la figura modélica del escritor e ideológicamente marcada por un pensamiento de izquierda.

En 1919, los hermanos Samuel y Leonardo Glusberg lanzaron las “Ediciones Selectas-América”, cuadernos de letras, primero mensuales y luego quincenales, a 20 centavos. Esta colección no presenta textos inéditos, sino obras publicadas previamente o compilaciones de colaboraciones

---

<sup>6</sup> Algunos títulos de la colección fueron: *Evangélicas*, de Almafuerte; *Cabezas*, de Rubén Darío, 1916; *Psicología de la curiosidad*, de José Ingenieros, 1916; *Parábolas*, de José Enrique Rodó, 1917; *Crainqueville*, de Anatole France, 1918; *Poesías Escogidas*, de Edmundo Montagne, 1919; *Ensayos y anécdotas*, de Agustín Álvarez, 1919; *Poesías*, de Edmundo Montagne, 1919; *Algunas páginas*, de Remy de Gourmont, 1919; *El Cantar de los Cantares* (dramatización), de Jean de Bonnefon (versión y notas de Rafael Cabrera), 1919; *Jardines de Francia* (versiones poéticas), de Enrique González Martínez, 1919; *Los mejores cuentos*, de Antonio Monteavaro, 1920; *Versos*, de José Martí; *El casamiento de Laucha*, de Roberto J. Payró, 1920.

<sup>7</sup> Como señala Roger Chartier: “El pasaje de una forma editorial a otra ordena simultáneamente transformaciones del texto y la constitución de un nuevo público” (Chartier 1994: 32).

periodísticas ya difundidas en diarios y revistas. Salió hasta 1922, alcanzó los 50 números y se proponía difundir una selección de autores americanos. El primer libro editado, *Florilegio*, de Amado Nervo, cuya visita a Buenos Aires se anunciaba por entonces, fue un éxito auspicioso. Otros títulos tuvieron segundas y terceras reimpresiones. Entre los nombres que se destacan figuran Martín Gil, Alberto Gerchunoff, Baldomero Fernández Moreno, Arturo Capdevila, Arturo Cancela, Roberto J. Payró, Enrique Banchs, Horacio Quiroga y Ricardo Rojas, entre otros. También editó obras de Ingenieros, Juan B. Justo y Mario Bravo, figuras centrales del socialismo dentro del cual Samuel Glusberg se reconocía desde muy joven.<sup>8</sup> Una mirada sobre este listado de obras permite realizar algunas observaciones. En primer lugar, la heterogeneidad del catálogo, evidente en la diversidad de géneros que incluye: poesías, memoria, biografía, cuento, ensayo. En segundo lugar, la contemporaneidad de los autores: escritores hispanoamericanos ya consagrados, argentinos en su mayoría. Por último, la procedencia dispar de los autores seleccionados: algunos provienen del periodismo, como Arturo Cancela y Edmundo Guibourg; otros son figuras más tradicionales del mundo cultural y político, como Ricardo Rojas, Joaquín V. González o los socialistas ya citados. Mientras que el primer conjunto de autores atrae a los lectores de diarios, los otros realzan la colección con el prestigio de sus firmas. De manera que estos “cuadernos” van creando un espacio de confluencia entre el periodismo y los circuitos de lectura más tradicionales y acotados, que va a continuar siendo explotado por colecciones posteriores.

Uno de los proyectos de mayor importancia de la época en el segmento de las ediciones económicas debido al número de títulos de su catálogo, la relevancia de algunas de las obras publicadas, el tamaño de sus tiradas, la amplitud de los contenidos de sus colecciones y a su penetración en el mercado hispano hablante es la Cooperativa Editorial Claridad, fundada por Antonio Zamora, un inmigrante español que se había desempeñado como corrector del diario *Crítica*.

Por cierto, Claridad ejerce un claro predominio en el segmento de los libros baratos hasta la década de 1940, cuando el aumento en el precio del papel y el surgimiento de las nuevas editoriales como Sudamericana, Emecé, Espasa-Calpe y Losada marcan su declinación. Una de las claves para mantener los precios de los ejemplares por debajo del peso fue el tamaño de las tiradas, de 5.000 a

---

<sup>8</sup> Algunos de los títulos de la colección son los siguientes: 4. Julio Herrera y Reissig. *Opalos*; 5. Martín Gil. *Cielo y tierra* (prosas), 1919; 6. Ernesto Mario Barreda. *Canciones para los niños*, 1919; 7. Eduardo Talero. *Amado Nervo*. Con varias poesías del próximo libro póstumo “El arquero Divino”, 1919; 8. Alberto Gerchunoff. *Cuentos de ayer*, 1919; 9. Leopoldo Lugones. *Rubén Darío*, 1919; 10. Rafael A. Arrieta. *Fugacidad*, 1921; 11. Rafael A. Arrieta. *Selección lírica*; 12. Vicente Salaberry. *La visión optimista*; 13. Baldomero Fernández Moreno. *Versos de Negrita*; 14. Joaquín V. González. *Música y danzas nativas*; 15. Arturo Cancela. *Cacambo*; 16. Carlos Vaz Ferreira. *Ideas y observaciones*; 17. Roberto Giusti. *Anatole France*; 18. Amado Nervo. *Pensando* (prosas); 19. Armando Donoso. *Un hombre libre: Rafael Barrett*; 20. Ricardo Rojas. *Canciones*; 21. Roberto J. Payró. *Historias de Pago Chico*; 22. AAVV. *Antología de la Primavera* (poesía contemporánea argentina); 23. Alfonsina Storni. *Poesías* (seleccionadas e inéditas), 1920; 24. Edmundo Guibourg. *Evocaciones* (Prólogo de Arturo Cancela), 1920; 25. Horacio Quiroga. *Los perseguidos*, 1920; 26. Enrique Banchs. *Lecturas*, 1920; 27. Mario Bravo. *Canciones de la Soledad*, 1920; 28. Roberto Gache. *Del vestido y del desnudo*, 1920.

10.000 copias, números inusuales para la época. Para ello debió montar un aparato de distribución tanto en el país como más allá de las fronteras. Por un lado, sacó el libro a la calle. Ernesto Giudice recuerda que Zamora fue el primero en poner el libro en los puestos de diarios y revistas. Por otro lado, según el testimonio de Antonio Miri, creó una red de librerías sudamericanas que recibían, cada uno, todos los títulos “en firme”, es decir, tomaban unos pocos ejemplares de cada edición -dos, tres, cinco, diez- en cuenta corriente, con la única condición de no devolver lo recibido (Barcia, 1981:36).

En el polo más comercial de la edición debe situarse la editorial Tor. Fundada en 1916, en poco tiempo se impuso en el mercado de las ediciones popularísimas. Su fundador fue Juan Torrendell. Nacido en Palma de Mallorca en 1895, llegó a Argentina a la edad de 12 años. Hijo de un periodista, se inició en el mundo de los libros como vendedor de la librería La Facultad, de Juan Roldán. Sus colecciones abarcan un amplio rango temático y genérico: desde las novedades, hasta los clásicos modernos: El Mundo de Hoy, Lecturas Selectas, Los Novelistas Argentinos, Grandes Biografías, Las Obras Famosas fueron los títulos de algunas de ellas. Libros mal diagramados en papel de baja calidad, a un precio ínfimo, en algunos casos de 50 centavos, facilitó su gran difusión. Atento al gusto de los lectores, con la publicación semanal *Magazine Sexton Blake* difundió literatura detectivesca y novelas de acción a semejanza de las *pulp fictions* norteamericanas. Sus títulos incluían novelas de aventuras, intriga policial y relatos pseudocientíficos. En 1930 lanzó la colección Misterio, que reunía títulos más específicamente policiales, con autores como John Dickson Carr, Henry Wade y Edgar Wallace, cuyas novelas tuvieron un éxito enorme.

En 1939 se inicia la edición de revistas de historietas, entre las que se destacará la célebre *Pif-Paf*, que alcanzará tiradas de trescientos mil ejemplares. Se incorporan los kioscos de revistas como puntos de venta y buena parte de la producción se vuelca al mercado latinoamericano. Los años cuarenta es la época dorada de Tor, coincidente con el apogeo de la industria editorial argentina. La década de 1950 marca el declive de la editorial pues el aumento del coste de los insumos la vuelve poco competitiva para los mercados internacionales. A partir de 1959 solo se realizarán reimpressiones de los títulos más redituables del catálogo.<sup>9</sup>

Pero no solo se dinamizó la edición de libros nacionales en la franja de las publicaciones económicas, también el formato tradicional del libro cobró un fuerte impulso y experimentó grandes transformaciones. Si las ediciones de principios del siglo XX se habían dividido entre las de alta

---

<sup>9</sup> Para un análisis más detallado de la editorial Tor, véase Abraham (2012).

calidad para un público selecto y las de pésima calidad para un público popular, había quedado una zona media con un enorme potencial sin explotar. Hacia allí había apuntado La Biblioteca de *La Nación*, y hacia esa brecha de mercado se dirigieron luego los primeros editores que planearon colecciones conformadas principalmente por obras literarias, históricas, políticas o jurídicas de autores nacionales contemporáneos.

Uno de los proyectos más ambiciosos de la década fue encabezado por Samuel Glusberg, quien en 1922, estimulado por el éxito de sus Ediciones Selectas-América, funda la editorial Babel (Biblioteca Argentina de Buenas Ediciones Literarias). La serie duró diez años y durante ese tiempo vieron la luz más de cien obras de autores prestigiosos de las letras nacionales.

Sin duda el editor más importante que comenzó su carrera en los albores de la década de 1920 fue Manuel Gleizer, un inmigrante judío que llegó de Rusia en 1901 y desempeñó, como hemos visto, los más humildes oficios, desde peón de campo en Entre Ríos hasta vendedor ambulante en Buenos Aires. De acuerdo con las evocaciones del propio editor, en 1918 se radicó en el barrio de Villa Crespo, con un comercio de venta de billetes de lotería. Un día le quedaron sin vender varios enteros no premiados por valor de 300 pesos. Para recobrar el dinero perdido, retiró de su casa una partida de 250 volúmenes de uso particular, pertenecientes casi todos a la Biblioteca Blanca de Sempere y los puso a la venta a 40 centavos el ejemplar; en pocas horas se evaporó la colección íntegra. Al día siguiente repitió la operación al revés, con un letrero que decía: “compro libros”. En 1921 inauguraría un nuevo comercio con el nombre de Librería La Cultura (Buonocore, 1974: 103). Este relato de comienzos condensa algunas de las principales representaciones que caracterizan los modos de inserción de los nuevos editores en la cultura del libro. Primero, Gleizer va a transformarse en librero por azar, no hay un linaje o tradición que apunte una vocación. Segundo, la motivación de los comienzos es económica: la necesidad de recuperar el dinero perdido con los billetes de lotería. Tercero, la demanda sostiene la empresa comercial: Gleizer descubre casi sin proponérselo las necesidades de un público desconocido. Por último, los libros vendidos inicialmente corresponden a la Biblioteca Blanca de Sempere, es decir, sus actividades de editor son recordadas como una continuación de las colecciones españolas de libros baratos, que serán sustituidas por los títulos de su propio catálogo. En suma, Gleizer recuerda que comenzó por azar vendiendo libros baratos españoles para recuperarse de un quebranto económico: es la entrada de un advenedizo al mercado de las letras.

En 1922 pasó de librero a editor, con el imperativo de Arturo Cancela, uno de los contertulios, quien de improviso le dijo “usted tiene que hacerse editor”. Así comenzó su actividad editorial con *Como los vi yo* de Joaquín de Vedia, autor de vasta trayectoria como crítico de teatro en la prensa porteña. El segundo libro de la flamante editorial fue *Charlas de mi amigo* de Enrique Loncán, una recopilación de artículos que fusionan humor y costumbrismo. La fórmula tantas veces probada de llevar al circuito del libro una firma popularizada en los grandes diarios le permitió a Gleizer editar libros baratos destinados a un público nuevo y siempre ávido de temas de actualidad, que había crecido y se había diversificado al amparo de los grandes periódicos como *La Nación*, *La Prensa* y *Crítica*. Pero también Gleizer es recordado como un infatigable propulsor de autores jóvenes nacionales. Editó, entre otras obras, *El violín del diablo*, *Miércoles de ceniza* y *La calle con el agujero en la media* de Raúl González Tuñón; *No todo es vigilia la de los ojos abiertos* de Macedonio Fernández; *El idioma de los argentinos*, *Evaristo Carriego* y *Discusión* de Jorge Luis Borges; *Cuentos de una inglesa desesperada* de Eduardo Mallea; *Los aguiluchos* de Leopoldo Marechal; *El hombre que está solo y espera* de Raúl Scalabrini Ortiz; *La musa de la mala pata* de Nicolás Olivari; *El Mar dulce* de Roberto Payró. Reeditó también obras de Leopoldo Lugones, Horacio Quiroga y Alberto Gerchunoff. Su catálogo es un muestrario de la literatura argentina de los años veinte: están los martinfierristas, pero también los escritores de Boedo; hay poetas, novelistas, ensayistas, dramaturgos; las primeras obras de jóvenes promesas y las reediciones de escritores consagrados décadas atrás.

Este breve panorama de la industria editorial argentina durante las primeras décadas del siglo XX es una descripción del paisaje que encontraron los editores peninsulares cuando desembarcaron en el Río de la Plata a fines de la Guerra Civil Española: una industria en crecimiento fuertemente dependiente de factores externos, como los desencadenados por las dos guerras mundiales; un lectorado ya conformado con dos polos de enorme potencial; una experiencia en el abordaje de los mercados hispanoamericanos. En suma, un campo editorial periférico, dotado de un enorme dinamismo en el formato de los libros baratos y con una gran capacidad para tejer redes comerciales y empresariales en Hispanoamérica.





## BIBLIOGRAFÍA

- BARBIER, Frédéric (1990), "Les marchés étrangers de la librairie française", en R. Chartier; H.-J. Martin ,dirs., *Histoire de l'édition française. Les temps des éditeurs. Du romanisme à la Belle Époque*. Paris, Fayard: 308-322.
- BOTREL, Jean François (2001), "L'exportation des livres et des modèles éditoriaux français en Espagne et Amérique Latine (1814-1914)", en J. Michon; J.-Y Mollier, dirs., *Les mutations du livre et de l'édition dans le monde du XVIII siècle à l'an 2000*. Sait-Nicholas/Paris, Les Presses de l'Université Laval/L'Harmattan: 219-240.
- BUONOCORE, Domingo (1974), *Libreros, editores e impresores de Buenos Aires*. Buenos Aires, Bowker.
- CEBALLOS VIRO, Álvaro (2009), *Ediciones alemanas en español (1850-1900)*. Madrid, Iberoamericana Vervuert.
- CHARTIER, Roger (1994), *El orden de los libros. Lectores, autores, bibliotecas en Europa entre los siglos XIV y XVIII*. Barcelona, Gedisa.
- DE DIEGO, José Luis (2009), "Editores, libros y folletos", en Noé Jitrik, dir., *Historia crítica de la literatura argentina*, t. VII, Celina Manzoni, dir., *Rupturas*. Buenos Aires, Emecé: 265-284.
- DE DIEGO, José Luis (2014), *Editores y políticas editoriales en Argentina (1880-2010)*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- LARRAZ, Fernando (2010), *Una historia transatlántica del libro. Relaciones editoriales entre España y América latina (1936-1950)*. Gijón, Trea.
- MARTÍNEZ RUS, Ana (2008), "Exportando cultura: las estrategias transatlánticas de los editores españoles, 1892- 1936", en *Revista de la Historia de la Economía y de la Empresa*, año II, núm. 2: 183-204.
- PAYRÓ, Roberto J. (1984), *Obras*. Selección, prólogo, notas y cronología de Beatriz Sarlo. Caracas, Biblioteca Ayacucho.
- SARLO, Beatriz (1985), *El imperio de los sentimientos*. Buenos Aires, Catálogos.
- TARCUS, Horacio (2001), *Mariátegui en la Argentina o las políticas culturales de Samuel Glusberg*. Buenos Aires, El Cielo por Asalto.