

Políticas Editoriales Y Peregrinaciones. Una Aproximación A Los Catálogos De Empresas Editoriales En Argentina (Siglos XX y XXI)

Editorial Policies and Pilgrimages. An Approach to the Catalogues of Publishing Companies in Argentina (20th and 21st centuries)

Viviana Román 

Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Económicas, IIEP-CEED, Buenos Aires, Argentina
vivi.romanjasienowski@gmail.com

Recibido: 16/07/2021; Aceptado: 16/11/2021

Resumen

La industria editorial en Argentina tuvo sus orígenes a fines del siglo XIX. En el siglo XX se consolidó y tuvo su momento de esplendor hacia mediados de ese siglo. Siguió luego un camino en consonancia con la concentración y extranjerización del sector editorial mundial acontecida con fuerza desde fines del siglo XX. En contrapartida se asistió a la multiplicación de la creación de firmas de menor tamaño dedicadas a elaborar productos editoriales.

En este devenir algunas editoriales se caracterizaron por sostener políticas editoriales que configuraron un catálogo con publicaciones sobre temas vinculados a espiritualidad, a pastoral y a religión. Un análisis de algunas de esas empresas editoriales y una revisión de sus catálogos permite una aproximación al lugar que ocupan las peregrinaciones como temática dentro de su producción. Para ello se han consultado fuentes como catálogos, publicaciones institucionales y periódicas, información de repositorios y análisis de investigadores sobre el tema.

Palabras clave: peregrinaciones; políticas editoriales; editoriales en Argentina; catálogos de empresas editoriales; industria editorial.

Abstract

The publishing industry in Argentina had its origins in the late 19th century. Throughout the 20th century, it was consolidated and had its moment of splendor towards the middle of that century.

Then, it followed a path in line with the concentration and foreignization of the publishing sector worldwide, which has taken place with force since the end of the 20th century. In return, our country witnessed the multiplication of smaller firms dedicated to producing editorial products.

Throughout this evolution, a set of publishing firms was characterized by sustaining editorial policies that resulted in a catalog with publications on topics related to spirituality, pastoral care and religion. An analysis of the structure of some of these publishing companies and a review of their catalogues allows an approach to the place that pilgrimages occupy as a theme within their editorial production. For this, sources

such as catalogues, institutional and periodical publications, information from repositories and analysis of researchers on the subject have been consulted.

Keywords: Pilgrimages; Editorial Policies; Publishers in Argentina; Catalogues of Publishing Companies; Publishing Industry.

SUMARIO

Introducción

Breve recorrido por la conformación histórica del complejo editorial

Políticas editoriales, catálogos y peregrinaciones

Algunas reflexiones

INTRODUCCIÓN

La industria editorial en Argentina tuvo sus orígenes a fines del siglo XIX. A lo largo del siglo XX se fue consolidando y tuvo su momento de esplendor hacia mediados de él. Siguió luego un camino en consonancia con la concentración y extranjerización del sector editorial a nivel mundial acontecida con fuerza desde fines del siglo XX. A su vez, en contrapartida nuestro país asistió a la multiplicación de la creación de firmas de menor tamaño dedicadas a elaborar productos editoriales. Los últimos años han sido testigos de la multiplicación en el mercado argentino de un conjunto significativo de editoriales micro y pymes. Muchos de esos sellos se han constituido - en términos relativos a su tamaño - en referentes para una parte no menor del público. Circunstancia que se torna fundamental porque continúa asegurando la bibliodiversidad en el marco de la concentración y extranjerización del sector. Dicha bibliodiversidad se ha expresado en la existencia histórica de una multiplicidad de temáticas en cuanto a publicaciones. Por ello a lo largo del devenir del sector editorial en Argentina un conjunto de firmas editoriales se caracterizó por sostener políticas editoriales que dieron como resultado un catálogo con publicaciones sobre temas vinculados a espiritualidad, a pastoral y a religión.

Históricamente el país conformó su complejo editorial a partir de un conjunto de empresas pequeñas y medianas establecidas fundamentalmente en Buenos Aires, ciudad que ha mantenido la centralidad en materia de edición/publicación. La experiencia histórica nos indica que el mercado editorial ha contado con experticia en el desarrollo de estructuras empresariales de pequeñas y medianas dimensiones. En efecto, estas firmas parecen haber sido más de las que usualmente se ha considerado. Muchas editoriales chicas, en general, se han enfocado en algún área o temática, se han insertado en un nicho de mercado, desde fines del siglo XX han utilizado la posibilidad de hacer tiradas cortas y han aprovechado en situaciones adversas su estructura mínima y su flexibilidad. En el caso de las firmas que han sostenido políticas editoriales que originaron un catálogo sobre temáticas vinculadas a espiritualidad, a pastoral y a religión han apuntado a cubrir un segmento de mercado interesado en este tipo de tópicos. Algunos de estos sellos pertenecen a congregaciones religiosas católicas y tienen muchas décadas de existencia en Argentina, incluso hay casos en los que han ido expandiéndose a otros países de la región; además, se registran sellos de menores dimensiones que pertenecen a editores propietarios de los mismos.

Asimismo, con la difusión de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación en su mayoría han incorporado, especialmente desde principios del siglo XXI, elementos multimedia en su producción editorial.

Estas editoriales tienen la característica común de haberse insertado en un espacio de mercado no favorable para la producción en gran escala (Penrose, 1959) focalizándose en un público destinatario muy específico. A su vez, cuando se trata de temáticas sobre pastoral y religión suele aparecer con fuerza la tensión entre la dimensión económica y la dimensión simbólica propias de la producción de contenidos editoriales. En ocasiones en dicha producción prevalece la segunda dimensión mencionada.

Consecuentemente con lo anterior en este artículo se han tomado en consideración para el análisis cuatro reconocidas editoriales cuya producción se enfoca significativamente en los aspectos antes mencionados y que se han constituido en referentes de la elaboración de contenidos editoriales relativos a espiritualidad, pastoral y religión. Se trata de Editorial *Paulinas*, Editorial *San Pablo*, Editorial *Claretiana* y Editorial *Bonum*. Más abajo se analizan sus catálogos con el objeto de identificar en ellos el tema de las peregrinaciones.

En cuanto a peregrinaciones se refiere es de interés poner de relieve que se trata de una acción ritual, que implica un movimiento espacial, desde un lugar cercano a otro lejano, realizada en un itinerario temporal y que incluye la combinación de tres elementos: el peregrino, el camino y el santuario. Desde esta perspectiva, el peregrino es quien se traslada desde su residencia habitual hacia un lugar de destino recorriendo un camino con el objetivo de alcanzar una meta, este viaje involucra la dimensión espiritual (López, 2011, p. 9). Además, otra cuestión a tener en cuenta es la religiosidad popular y vinculada a ella lugares en el mundo que son muy importantes como destino final de la peregrinación: en el medioevo Santiago de Compostela, Roma y Jerusalén fueron fundamentales en este sentido (Cherubini, 2000, p. 2) y continúan teniendo gran importancia. En Argentina diversos lugares como por ejemplo la Basílica de Luján en la Provincia de Buenos Aires, la Basílica de Nuestra Señora de Itatí en la Provincia de Corrientes, el Santuario María del Rosario de San Nicolás en la Provincia de Buenos Aires o el Santuario de Nuestra Señora de Fátima en la Provincia de Buenos Aires, también, son elegidos para las peregrinaciones y algo de esto se ve reflejado en los catálogos de las editoriales en análisis.

En función de lo antedicho se plantean algunas preguntas como ¿qué porcentaje ha ocupado el libro religioso en la publicación de títulos por parte de las editoriales en el conjunto del sector editorial en la Argentina de los últimos años?, ¿qué temáticas forman parte de los catálogos analizados?, ¿qué lugar ocupa el tema de las peregrinaciones en esos catálogos? y ¿qué grupo/s etario/s es/son el/los destinatario/s de las publicaciones sobre el tema en cuestión?

En este trabajo, por lo tanto, se realiza una aproximación a los catálogos de algunas editoriales con el objeto de identificar en ellos a las peregrinaciones en tanto tema. Para ello se han consultado fuentes como catálogos, publicaciones institucionales y periódicas en las páginas web de las editoriales en análisis, información de repositorios y estudios de investigadores sobre el tema.

El artículo cuenta con, además de esta introducción, las siguientes partes: un apartado que se centra en una breve explicación sobre la conformación histórica del complejo editorial en Argentina que resulta relevante para comprender la importancia relativa que ha tenido el sector en el país; otro, que se ocupa de realizar una revisión de los catálogos de las editoriales más arriba mencionadas haciendo foco en las publicaciones en torno al tema de las peregrinaciones y, al final, se presentan algunas reflexiones.

BREVE RECORRIDO POR LA CONFORMACIÓN HISTÓRICA DEL COMPLEJO EDITORIAL

Este breve recorrido por la conformación histórica de complejo editorial da cuenta de la relevancia que ha tenido el sector de la producción de contenidos editoriales en Argentina. En perspectiva histórico-económica y de la historia de empresas resulta de interés para el tema en cuestión por ser el marco mayor en cuanto a producción industrial y segmentos de consumo en el que se insertan los catálogos editoriales en análisis. Las editoriales que los generan son componentes del sector editorial, participando de su devenir en el mercado y en algunos casos de su dinámica asociativa-cameral, también.

El referido complejo editorial se conformó a partir de la segunda mitad del siglo XIX con empresas chicas instaladas principalmente en Buenos Aires. En esa época se incorporó tecnología de impresión novedosa, el resultado fue un aumento en la producción de libros. Se fundaron empresas como *Kraft* (1862), *Peuser* (1864) y *Estrada* (1869): eran los inicios de la formación de un mercado editorial en la ciudad de Buenos Aires. Además, a fines del siglo XIX y principios del siglo XX se asistió a la diversificación del público lector (Valinoti, 2016, p. 31).

Esta segunda mitad del siglo XIX se caracterizó asimismo por la incorporación de nueva tecnología para imprimir, esto impulsó una mayor producción de libros. Muchas veces las librerías y las editoriales mezclaban sus actividades e incluso participaban en el área gráfica, prestando servicios a terceros, especialmente en la impresión de papelería comercial (de Sagastizábal, 1995, 43-44). También a fines del siglo XIX se asistió a la diversificación del público lector, esto ha quedado puesto de manifiesto en las diferentes ofertas de los comercios de este rubro (Eujanián 1999, 559). En este sentido, es importante tener en consideración, también, el aumento de personas alfabetizadas (Censos Nacionales de Población 1869, 1895 y 1914. República Argentina), pues es un elemento que colaboró en la ampliación del público lector. El crecimiento del sistema educativo contribuyó a este incremento de la alfabetización: considerando la población escolar y su asistencia a la escuela primaria, según datos de los Censos Escolares, Memoria del Consejo Nacional de Educación, la población escolar creció de 183.000 en 1850 a 877.810 en 1895 y la asistencia aumentó de 11.903 a 246.132, respectivamente (Tedesco, 1994, p.131). Además, la gran circulación de publicaciones periódicas que se registró en el siglo XIX y la lectura colectiva que de ellos se hacía en ciertos espacios de socialización contribuyeron a la creación del lectorado.

Datan de las primeras décadas del siglo XX las colecciones de *Tor*, *Sopena* (española) y *Editorial Cooperativa Claridad*, entre muchas otras. Con la ampliación del público lector aparecieron por primera vez ediciones de literatura culta con alto tiraje ofrecidas a bajo precio (Aguado, 2006, p. 97). Los años veinte fueron testigo de la aparición del “editor moderno” y en los treinta empezó la diferenciación en las distintas actividades de la producción editorial: librero, editor, escritor, correctores, traductores, directores de colección, entre otros. Se fundaron sellos como *Losada* (1938), *Emecé* (1939) y *Sudamericana* (1939), *Espasa-Calpe* se había radicado en nuestro país, la librería *El Ateneo* comenzó a editar y en los cuarenta se fundó *Paidós*. Teniendo en cuenta las firmas en consideración en este trabajo de los años treinta data la fundación de la editorial *San Pablo* (1931), en esa misma década llegó al país la congregación Hijas de San Pablo, ella creó la editorial *Paulinas*. Sobre estos sellos nos explayaremos en el próximo apartado. Muchos proyectos editoriales apuntaron a abastecer la demanda de un público lector que continuaba ampliándose y diversificándose.

A finales de la década de 1930 nació la Sociedad de Editores que a partir de 1941 constituyó la Cámara Argentina del Libro (CAL) (Giuliani, 2016, p. 95). Se trata de una de las expresiones camerales que fueron surgiendo a lo largo del tiempo y que es de interés por la participación que han tenido en ella los sellos que publican libro religioso. En su devenir histórico fueron conformándose comisiones y se fueron promoviendo ferias del libro tanto generales como por segmento; a los efectos de este trabajo son de interés la Comisión del Libro Religioso y las Ferias del Libro Religioso (Memorias y Balances Cámara Argentina del Libro, 1941-1983). Incluso es de importancia considerar que aún antes de la creación de esta comisión y ferias específicas editoriales especializadas en el libro religioso integraban la Comisión de Didáctica (Memorias y Balances Cámara Argentina del Libro, 1967-1968 y 1968-1969), participación que se encuentra en consonancia con la publicación de libros del segmento educación que realizan.

Los años cuarenta y la mayor parte de la década del cincuenta se caracterizaron por ser el período de más prosperidad de la industria editorial local. Los problemas que afrontaba la industria en España como consecuencia de la Guerra Civil contribuyeron a tal prosperidad en nuestras tierras.

Además, la década de 1940 fue testigo de otras importantes fundaciones como la *Editorial Abril* de Césare Civita (1941), en ella se editaron revistas que fueron muy importantes en la época y también, colecciones de libros dedicadas a los segmentos infantil y juvenil.

En este punto es relevante tomar en consideración que la literatura infantil se había desarrollado en Argentina de manera independiente de la institución escuela desde fines del siglo XIX y registró un interesante crecimiento desde principios del siglo XX, tendencia que se profundizó a partir de las décadas del cuarenta y del cincuenta. Esto ha tenido continuidad en el tiempo, pues se constituye en un segmento importante de mercado hasta la actualidad. Además de *Abril* otras editoriales surgidas en este período como *Sigmar*, *Codex* y *Acme* también se dedicaron a este público y se acrecentó la actividad de otras -como *Atlántida* y *Peuser*- que tradicionalmente habían destinado su producción al segmento en cuestión (Gociol, 2010, p. 80-81). Esto resulta de interés porque en los catálogos en análisis de *San Pablo*, *Paulinas*, *Editorial Claretiana* y *Bonum* el segmento de publicaciones infantiles y juveniles es de importancia.

Sin embargo, en los últimos años de la década de 1940 el sector empezó a notar la falta de papel importado, la elevación de los costos de producción y la escasez de financiamiento. En los cincuenta y sesenta los costos fueron en aumento y la falta de divisas también; pero, hacia la segunda mitad de la década del sesenta la industria editorial se empezó a recuperar y aumentaron las exportaciones (*Informe CEP* 2005, 62).

A mediados de la década de 1950 se comenzó a difundir localmente la impresión offset, esta mejora técnica revolucionó las artes gráficas; pero, el índice de producción registraba importantes variaciones. En 1956 se creó otro de los sellos de interés para este trabajo: se trata de la *Editorial Claretiana*, cuyo catálogo será objeto de análisis en páginas siguientes. En 1958 se fundó Editorial Universitaria de Buenos Aires (*Eudeba*), dos editores emblemáticos participaron en sus orígenes: Arnaldo Orfila Reynal y Boris Spivacow. Ya en los sesenta surgieron una importante cantidad de sellos como *de la Flor*, *Periferia*, *Tiempo Contemporáneo*, *Jorge Álvarez Editor* y *Centro Editor de América Latina (CEAL)*, entre tantos otros, participando de la renovación editorial que caracterizó la época. En este contexto y de particular interés para este trabajo, se fundó la *Editorial Bonum*, más abajo volveremos sobre ella.

Con el inicio de la última dictadura cívico-militar la industria editorial estuvo muy afectada. La renovación editorial que se había iniciado en la década anterior quedó obturada y con la llegada de la democracia el desempeño de esta industria no estuvo a la altura de las expectativas. Por otro

lado, los últimos años de la década de 1980 se caracterizaron por los cambios tecnológicos en el proceso productivo editorial y el consecuente abaratamiento de costos; además, preanunciaron la reconfiguración del sector que tuvo lugar en la década 1990. Se conformó entonces un sector editorial polarizado; por un lado, editoriales integradas a grandes grupos fundamentalmente multimedia y por otro, un conjunto heterogéneo de editoriales de menor tamaño que se caracterizan por su especialización en algún segmento de mercado, focalizándose en un cierto público destinatario.

A su vez, el cambio de siglo se caracterizó por el creciente uso de las denominadas nuevas tecnologías, ellas les han permitido a las editoriales insertarse en el sector editorial no sólo con el libro físico sino también con otros formatos y soportes y, además, desde otras posibilidades en materia de promoción, comercialización y distribución. Conforme a datos del 2011 el 56 % de la población mayor de 12 años en Argentina eran usuarios de computadoras y el 48 % ya leía más de 10 minutos en pantalla (Encuesta Nacional de hábitos y prácticas de lecturas, 2011, p. 134). Al mismo tiempo, ese formato de lectura se combinaba con los formatos tradicionales predominantes, ambas prácticas aparecen como complementarias.

Teniendo en consideración un corte por edades los datos indicaban que en el 2011 el 76 % de las franjas etarias más jóvenes leía en pantalla, esto permitía suponer en ese entonces que este modo iba a ir ampliándose (Encuesta Nacional de hábitos y prácticas de lecturas, 2011, p. 93). En el año 2013 la pantalla de las computadoras personales era el formato en mayor expansión para consumos culturales en general, alcanzaba al 45% de la población en Argentina (Encuesta Nacional de Consumos Culturales, 2013). En cuanto a datos específicos de producción en el segmento libros en general, la cantidad de publicaciones registradas en soporte digital en el 2015 alcanzaban al 17 % del total de las novedades. Sin grandes variaciones respecto del 2014, pues en ese año se había alcanzado un 18 % del total. Tomando en cuenta la evolución interanual de soportes de producción puede observarse en el gráfico que se incluye a continuación que en el 2011 alcanzaba el 14 %, en el 2012 el 18 % y en el 2013 el 16 % (Informe estadístico Cámara Argentina del Libro, 2015).

En tanto, entre el 2016 y el 2020 la evolución interanual de soportes de producción arroja los siguientes datos en porcentajes: 2016, 83 % papel y 17 % digital, considerando nativo digital y versión digital; 2017, 83 % papel y 17 % digital; 2018, 81 % papel y 19 % digital; 2019, 79 % papel y 21 % digital; 2020, 64 % papel y 36 % digital. Como puede observarse lo digital ha avanzado lentamente y el salto importante en materia de producción en soporte digital se produjo en el 2020, haciendo evidente que la pandemia mundial aceleró el proceso.

No obstante, estos datos generales de registro de publicaciones en soporte digital no permiten analizar la multiplicidad de opciones digitales para producir contenido editorial. En las editoriales de menor tamaño estas nuevas tecnologías fueron adoptadas con variado ritmo. En las páginas siguientes veremos qué propuestas se ofrecen en este sentido en los catálogos editoriales en análisis y si alguna de ellas incluye la temática de las peregrinaciones.

POLÍTICAS EDITORIALES, CATÁLOGOS Y PEREGRINACIONES

Las políticas editoriales que todo sello pone en práctica establecen tanto las características de las obras que la editorial considerará para su publicación como diversos aspectos de los procesos de edición. Los sellos tenidos en cuenta aquí definen políticas editoriales tendientes a enfocarse en las temáticas espiritualidad, pastoral y religión y sus catálogos así lo reflejan.

Por lo anterior es de interés revisar algunos datos en torno al porcentaje de nuevas publicaciones en el segmento de referencia respecto del total conforme a los registros de ISBN de la Argentina de los últimos años. En tal sentido, según la información de la Cámara Argentina del Libro (CAL) en el año 2016 el 4 % de las nuevas publicaciones correspondió al segmento religión, igual porcentaje registraron los años 2017 y 2018. En el 2019 y en el 2020 siguiendo las normas internacionales planteadas por EDITEuR la Agencia de ISBN de la Argentina comenzó a utilizar la clasificación temática internacional Thema y, en consecuencia, el segmento recibió la denominación de Filosofía y religión, en él se registró el 6 % y el 5 %, respectivamente (Informes de Producción del Libro argentino, 2016, 2017, 2018, 2019 y 2020) Se evidencia entonces que los porcentajes de las nuevas publicaciones en el segmento respecto del total no registran mayores variaciones en los últimos cinco años y mantiene una interesante porción de mercado.

Una revisión de los catálogos de la *Editorial Paulinas*, *Editorial San Pablo*, *Editorial Claretiana* y *Editorial Bonum* permite observar las colecciones con las que cuentan los sellos y qué lugar ocupa en su producción el tema de las peregrinaciones. Ahora bien, comprender la lógica de las decisiones en materia de temas a publicar y armado de catálogos supone tomar en consideración las características históricas y constitutivas de las mencionadas editoriales. En este sentido, es de interés destacar que como se ha manifestado anteriormente ellas se han insertado en el devenir general del sector editorial de la Argentina referido sucintamente en las páginas anteriores.

La *Editorial Paulinas* pertenece a la Congregación de las Hijas de San Pablo y conforme a datos institucionales ella forma parte de la “Familia Paulina” que fue fundada en 1915 en Alba, Italia, por el Sacerdote Santiago Alberione y la Hermana Tecla Merlo. Fue en el año 1931 cuando las Hijas de San Pablo llegaron a Argentina, años después, y con muchas transformaciones en la estructura de la firma, se fueron expandiendo a países limítrofes como Uruguay y Paraguay. Ya en el siglo XXI con la difusión de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación referida en el apartado anterior, al analizar los formatos de lectura combinados y la evolución de los soportes de producción, se constituyó en una editorial multimedia católica que a través de los medios de comunicación articulan su misión de evangelizar y las políticas editoriales que orientan la conformación de sus catálogos se ajustan a este objetivo. Elaboran contenidos editoriales en diversos formatos y soportes (Paulinas - Comunicando al mundo).

Asimismo, la *Editorial San Pablo* tiene similar orientación que el sello antes mencionado; de origen común, su propietaria es la Sociedad de San Pablo, congregación religiosa católica que como ya se ha señalado fue fundada en 1914 en Alba, Italia. Este sello fue creado a fines de 1931, en la localidad de Florida, Partido de Vicente López, Provincia de Buenos Aires con el objetivo de la evangelización. La expansión que ha producido a nivel internacional coloca a la Sociedad de San Pablo en más de treinta países y, por lo tanto, siguiendo una tendencia del sector editorial en general puesta de manifiesto en páginas precedentes se ha constituido en un grupo editorial multimedia con diversas unidades de producción como división de publicaciones periódicas, división editorial, división librerías y división multimedia (Libros, Librería Virtual SAN PABLO).

Estas dos editoriales de la “Familia Paulina”, según análisis especializados en la religión como cultura material, conforman un entramado de relaciones dedicado a la producción de bienes simbólicos y poseen una posición dominante, compitiendo en el mercado en tanto firmas obligadas a reproducir sus condiciones de existencia. Esta perspectiva señala, también, una serie de características de las figuraciones católicas que intervienen en su forma de producción cultural. Así, considera que en la cadena extendida de interdependencias en la que se inscriben las dos editoriales referidas se caracteriza por una división especializada del trabajo en cuatro

institutos (un movimiento laico, dos editoriales y tres comunidades de hermanas, siendo todos ellos relativamente autónomos entre sí); la posibilidad de circulación interna de recursos (profesionales, saberes, capacitaciones, estrategias productivas, donaciones, entre otros) y, por último, la estructura jerárquica de autoridad en donde los votos de obediencia, castidad y pobreza moldean fuertemente los perfiles laborales anteponiendo un modelo de carrera religioso a un modelo profesional.

En esta línea de interpretación, se sostiene que cuentan con las ventajas comparativas de las organizaciones religiosas como la ausencia de una ganancia privada, el trabajo vocacional, las colaboraciones y donaciones de laicos, el prestigio eclesiástico, un cuerpo de saberes y conocimientos especializados de la iglesia en materia de producción de libros y la demanda focalizada de un sector del mercado, como, por ejemplo, las escuelas confesionales (Algranti, 2011, p.76). No obstante, es fundamental poner de relieve que estas firmas al insertarse en el mercado no quedan exentas de sus “reglas del juego” ni de las cuestiones derivadas de los cambios tecnológicos, las transformaciones en la producción y el consumo y el acceso a los insumos que se han tratado en el apartado sobre la conformación histórica del sector editorial en Argentina. Al mismo tiempo, como quedó puesto de manifiesto en esa misma sección de este artículo comparten con muchas otras empresas editoriales la característica de conformar de un catálogo con contenidos para un público focalizado en un determinado segmento de mercado por lo que sería importante matizar esa condición en tanto ventaja comparativa. En consecuencia, es posible afirmar que al haber un universo muy significativo que cuenta con ella no se constituye en una ventaja competitiva.

Por su parte, la *Editorial Claretiana* fue fundada en Argentina en 1956, su iniciador fue el Sacerdote claretiano Alfonso Milagro (Libros – Editorial Claretiana). El iniciador de la congregación en 1849 fue San Antonio María Claret, nacido en España en 1807. La congregación se ha expandido a diversos países del mundo y las publicaciones han sido un medio a través del cual llevar adelante la misión evangelizadora. Como se ha expresado en el apartado sobre la conformación del complejo editorial la creación de este sello en Argentina corresponde los últimos años del período caracterizado como de mayor prosperidad del sector, denominado también Edad de Oro.

A diferencia de las anteriores, la *Editorial Bonum* no depende de una congregación religiosa, fue fundada en 1960 por Elvira Polak y Antonio Gremmelspacher (<https://www.editorialbonum.com>), constituye un sello que clasifica en el segmento de pymes editoriales. Su creación se remonta, como se ha manifestado, a una década en el desarrollo histórico del sector editorial en Argentina caracterizado por una muy significativa cantidad de fundaciones de sellos pequeños y medianos que contribuyeron a la ya mencionada renovación editorial, profundizando la bibliodiversidad, afianzando lazos con el contexto latinoamericano y expandiendo la publicación de títulos relativos al segmento educación. Desde hace algunos años se desempeña como Gerente General de la editorial Martín Gremmelspacher, quien ha tenido una importante actuación en el asociacionismo que ha caracterizado al sector editorial en Argentina. Fue Presidente de la Fundación El Libro, responsable de la organización de la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires, entre fines del 2014 y el 2015 (Diario *Página 12*, 2014) y actualmente es Presidente de la Cámara Argentina del Libro (CAL) (Gigena, 2019).

Como se ha expresado en el apartado anterior la referida entidad cameral cuenta con una Comisión del Libro Religioso (Libro Religioso, camaradellibro.com.ar), ella tiene como objetivo articular una tarea colectiva que conforme a información institucional permita transmitir valores de bien, paz y cordialidad para la sociedad, en la consideración del hombre desde la trascendencia de la vida y promoviendo el desarrollo de la espiritualidad de la persona. A partir de ello es su objetivo

sostener un vínculo estrecho entre lectores, libreros y editoriales de la denominada industria del libro religioso.

Teniendo en cuenta lo anterior, es relevante hacer foco en la interpretación que sostiene que estas editoriales se distinguen por historia y procedencia en dos modelos productivos. A saber, uno como prolongación de organizaciones religiosas y, otro, como decisión de emprendedores privados que inician un negocio familiar. Las dos orientaciones dominantes pueden ser caracterizadas bajo los términos de vector espiritual y vector comercial. En tal sentido, este análisis considera que el primero designa una política de producción cultural que prioriza los acentos religiosos-doctrinales en tanto que el segundo se refiere a una orientación productiva con base en materiales que subordinan los motivos religiosos a su faceta comercial. Así, estas editoriales llevan adelante un proceso de síntesis y equilibrio dinámico entre ambas fuerzas que se expresan en la tensión entre mercado y religión (Algranti, 2014, pp. 110-111; Lewgoy, 2004 p.55). De todas maneras, es relevante destacar que si bien a estos sellos los distingue la producción del libro religioso participan, en términos generales, de la lógica del binomio economía-cultura que cruza a todo el sector editorial y que, por lo tanto, orienta y moldea el armado de todo catálogo.

Respecto del vector comercial la perspectiva de análisis referida más arriba sostiene que el modelo organizativo que tiende a imponerse aquí es el de la empresa familiar bajo la figura de la sociedad anónima. Afirma que la participación en el negocio supone una expectativa de ganancia una vez cubierta la reproducción simple y ampliada de los capitales invertidos. De tal forma, la visión de empresa se vincula con la retórica del emprendedor o el misionero laico, al que caracteriza como un *selfmade man* que decide evangelizar a través de su obra y que sus familiares la perpetúan (Algranti, 2014, p. 113).

Ahora bien, la literatura sobre la empresa familiar en América Latina y en España ha establecido algunas definiciones (Lozano Posso 2000; Fernández Pérez 2003; Colli, Fernández Pérez y Rose 2003; Fernández Pérez y Colli 2013; Fernández Pérez y Lluch 2015; Barbero y Lluch 2015, entre otros). De todas ellas es de interés para este análisis un criterio derivado de la que sostiene que el concepto familia empresaria define a familias con diverso grado de lazo sanguíneo o espiritual que a lo largo de varias generaciones tiende a realizar inversiones productivas en distintos negocios en los que no necesariamente se controla ni propiedad ni gestión, con el objetivo de hacer perdurar los valores y la continuidad de dicha familia en el tiempo (Fernández Pérez y Lluch 2015, 19). En este sentido, las empresas editoriales cuyos catálogos aquí se revisan pueden inscribirse en esta lógica empresarial.

Dichos catálogos arrojan luz respecto de los temas sobre los que publican y la cantidad de títulos relativos a cada uno, derivado de ello una doble lectura: entre el mercado y la dimensión simbólica. En los sellos dependientes de las congregaciones religiosas está última se traduce en la misión evangelizadora; pero, ella también parece estar presente en la pyme editorial más arriba referida. Es difícil sopesar qué dimensión importa más en términos relativos en unos casos y en el otro; no obstante, podría conjeturarse que la lógica del mercado es más significativa en la definición de políticas editoriales de la *Editorial Bonum* que en las que establecen *Editorial Paulinas*, *Editorial San Pablo* y *Editorial Claretiana*.

Tres de los cuatro catálogos tienen en común la inclusión en ellos de colecciones sobre Educación, esto no resulta extraño por los dos elementos mencionados precedentemente: los libros de ese segmento son muy adecuados para llevar adelante la misión evangelizadora y, al mismo tiempo, tanto los libros escolares como los de la sección infantiles y juveniles explican el dinamismo

de una importante porción del mercado editorial no sólo en Argentina sino también a nivel mundial. En tal sentido, los cuatro catálogos tienen la sección Infantiles.

En la *Editorial Paulinas* las categorías utilizadas son “Catequesis y Educación” e “Infantiles, Familia y Jóvenes”. La primera sección cuenta con una oferta de 78 títulos y la segunda con 46 títulos. Es importante poner de relieve que esas cantidades, que solo representan una parte de la oferta de la editorial, son muy significativas. Este sello publica contenido tanto en soporte físico (papel) como en soporte digital, en formatos CD y DVD, incursionando así en el universo de lo digital. En la *Editorial San Pablo* hay colecciones como “Para educadores”, “Pequeñitos”, “La Biblia contada y cantada”, “Mis primeros libros” y una clasificación por temas que incluye las secciones de Educación y de Infantil. Ellas dos cuentan con una cantidad de títulos que asciende a más de 170, nuevamente la cantidad es importante.

En el caso de la *Editorial Claretiana* la categoría Infantiles maneja una oferta de 40 títulos y, a su vez, se observa la categoría Catequesis destinada al segmento infantil. En ella la cantidad de títulos ofertados asciende a 53, este sello no cuenta con la categoría Educación. En el catálogo de la *Editorial Bonum* puede identificarse tanto la sección Educación como la de Infantiles, la primera de ellas cuenta con 120 títulos en tanto que la segunda está integrada por 6 títulos.

En las tres editoriales que dependen de congregaciones religiosas el libro religioso es transversal a todas las secciones, en el caso de la *Editorial Bonum* la cantidad de títulos en la sección Espiritualidad, que integra también Religión, se ofertan 163 títulos. Es importante destacar que los editores de este sello asumen que la firma es referente en temas de Educación, Neurociencias, Inclusión, Didáctica, Autismo, Juegos, Espiritualidad y Religión.

Las cifras anteriores están en función de entender cuantitativamente el lugar relativo que ocupa la temática de las peregrinaciones en ese universo. Las cuatro editoriales referidas han adoptado elementos digitales, incluso como se ha mencionado más arriba algunas de ellas se definen como editoriales multimedia, sus motores de búsqueda en los catálogos digitales arrojan luz respecto de la incorporación del tema de las peregrinaciones en sus colecciones.

Así, a los términos “peregrinación” y “peregrinos” responden con una oferta muy limitada en comparación con la cantidad de títulos relativos a la denominación libro religioso. Una lista de cada uno de los casos nos indica lo siguiente: *Editorial Paulinas*, ofrece 7 títulos; *Editorial San Pablo*, 1 título, *Editorial Claretiana*, 6 títulos y, finalmente, *Editorial Bonum*, 2 títulos. En el primer sello de los mencionados pueden encontrarse, además, en su página web algunas propuestas interactivas a partir de la búsqueda de los referidos términos. En el segundo, se ofrecen descargas web en diversos formatos, pero no se han encontrado propuestas de contenido sobre la temática en cuestión. En la *Editorial Claretiana*, se ofrecen e-books, pero los títulos relativos a la búsqueda realizada no aparecen disponibles en tal formato. Por su parte, en la *Editorial Bonum* no se han encontrado propuestas digitales en torno a la temática.

Podrían hacerse una serie de conjeturas respecto de los motivos por los cuales la oferta de títulos es tan pequeña en términos relativos, dos aspectos deberían tenerse en cuenta a la hora de ensayar alguna respuesta. Por un lado, los destinatarios y, por otro, el desafío que supone la canalización de inquietudes que pueden tornarse colectivas en el acto de la peregrinación.

A partir de una revisión cualitativa de los títulos puede observarse que de las 7 propuestas de la *Editorial Paulinas* se han publicado dentro de la colección Espiritualidad/Santos, *Sanación y misión. Mujeres en la Biblia* de Ruthann Williams, *El pobre de Nazaret* de Ignacio Larrañaga, *Resplandor de la luz eterna*, Papa Francisco; en la colección Documentos de la Iglesia, *Carta sobre la peregrinación a los lugares vinculados a la historia de la salvación y Redemptoris Mater*, carta encíclica sobre la

bienaventurada Virgen María en la vida de la Iglesia Peregrina; en la colección Bíblicos y teología, *En la tierra del señor. Reflexiones de un peregrino en Tierra Santa* y en la colección Familia Cristiana, *Medjugorje, el triunfo del corazón. La década de 1990* de Sor Emmanuel. Es interesante detenerse en este último título, pues se concentra en la peregrinación a la aldea Medjugorje de Bosnia-Herzegovina que se ha convertido en uno de los principales destinos de peregrinación en el mundo. En consonancia con ello, un grupo de laicos, devotos de la Virgen, ha conformado una organización internacional para promoverlo y difundir de esta manera el mensaje implicado en ella.

Por su parte, también dentro de la “Familia Paulina” el título que ofrece la *Editorial San Pablo* es *Caminar con Cristo*, de Raúl Francisco Llusá. La descripción del producto expresa que se trata de meditaciones que sirven para la celebración comunitaria del Vía Crucis, haciendo referencia explícita al público destinatario al afirmar que ellas están dedicadas especialmente a los jóvenes a quienes caracteriza con fuerza “para caminar junto a Cristo en esta peregrinación terrena” (Libros, Librería Virtual SAN PABLO). En este caso es de importancia destacar que la editorial realiza una apelación dentro del segmento de mercado dirigiéndose al grupo etario al que está específicamente destinada esa producción. Los jóvenes serán quienes permitan reproducir en el tiempo los valores que el libro contiene.

De los 6 títulos ofrecidos por la *Editorial Claretiana* la mayor parte de ellos están incluidos en la colección Espiritualidad Popular y son del P. Gustavo E. Jamut. Se trata de *Rosario con Nuestra Señora de Lourdes*, cuyo subtítulo es Pidiendo la sanación de los enfermos; *Rosario del Peregrino*, cuyo subtítulo es Para sanar la vida, *Rosario con la Reina de la Paz* y *Rosario con Nuestra Señora de Fátima*. En el primero de ellos se pone de manifiesto que es posible peregrinar interiormente hacia la gruta de las apariciones de nuestra Señora de Lourdes para pedir la salud del cuerpo y del alma. En el segundo título se expresa que toda peregrinación, física o espiritual, es una oportunidad de crecer a lo largo del camino de la vida. El tercero refiere a la ya mencionada peregrinación a Medjugorje, poniendo de relieve que se trata de un lugar de encuentro con la virgen muy importante en la actualidad. El cuarto apela a la oración personal y comunitaria, acompañando las apariciones de nuestra Señora de Fátima, propone entonces hacer la propia peregrinación espiritual.

Otros dos títulos completan la oferta de *Editorial Claretiana* relativa a la respuesta a los términos “peregrinación” y “peregrinos”, ellos son *Salmos: experiencia orante de un pueblo*, de Gabriel Napole y *Las Hijas de Agar*, de Letizia Tomassone. Al primero, como estrategia de venta, se lo oferta dentro de una promoción sobre espiritualidad bíblica con otros tres títulos más al 50 % de descuento. El segundo está catalogado dentro de Estudios Bíblicos, Teología Bíblica y reconoce orígenes en un Congreso realizado en abril de 2013 en la Facultad Valdense de Teología. Se interpela al público consumidor poniendo de relieve que Agar es una figura marginal en los textos sagrados, pero que su presencia es enorme; destacando que es madre de Ismael, madre del Islam y de algunos gestos rituales repetidos por millones de personas durante la peregrinación a la Meca.

Finalmente, los dos títulos que ofrece la *Editorial Bonum* están dentro de una colección sobre Espiritualidad. Son *Relatos de un peregrino ruso*, de autor anónimo y *Peregrinos en el camino*, cuyo subtítulo es Las manos vacías, el corazón lleno de rostros, de Angel Rossi y Diego Fares. El primero es uno de los libros más populares del cristianismo ortodoxo ruso escrito en el siglo XIX y ha contado con muchas ediciones a lo largo del tiempo.

El segundo título es una obra que cuenta con dos partes, “puertas y caminos” que desarrolla la idea del peregrinar de la vida, expresando que es un camino donde el encuentro y el acontecimiento ayudan en compañía de Dios y de la fe, a enriquecer la experiencia. Luego, se presenta la parte “rostros y miradas” que según el editor completa el mensaje anterior. De esta forma, en la apelación

a su consumo se manifiesta que en el rostro y en la mirada instala instrumentos humanos con que el vehículo divino hará posible la providencia.

En los diversos productos editoriales antes referidos aparece la idea de las peregrinaciones como prácticas socio-religiosas relacionadas tanto con espacios sagrados hacia los que se concurre como con momentos que desbordan la rutina de la vida cotidiana (Carbonelli y Giménez Beliveau, 2016, p. 330). Así, está presente la peregrinación en términos metafóricos como camino interior, la inclusión de esta dualidad literalidad-metáfora parece formar parte de una política editorial. Además, si de ella hablamos se destaca asimismo que el precio de tapa de los títulos está por debajo del precio promedio de los libros; por lo que queda expresada allí una voluntad de hacer lo más accesible posible la llegada a ellos por parte del público.

En todos los casos los destinatarios principales, aunque no exclusivos, de la oferta de los catálogos parecen ser las franjas etarias más jóvenes y los educadores, ya sea tanto en el área de educación formal como informal religiosa e incluso para la *Editorial Bonum* también laica. Esto último sumado a lo mencionado en torno a la canalización de inquietudes antes referida puede articular situaciones que no siempre la institucionalidad eclesiástica avala. Esta primera aproximación a los catálogos pretende abrir el camino para una exploración más profunda respecto de la cuestión.

ALGUNAS REFLEXIONES

Una serie de interrogantes guiaron el análisis desarrollado en las líneas anteriores a partir de preguntas como ¿Qué porcentaje ha ocupado el libro religioso en la publicación de títulos por parte de las editoriales en el conjunto del sector editorial en la Argentina de los últimos años?, ¿Qué temáticas forman parte de los catálogos analizados?, ¿Qué lugar ocupa el tema de las peregrinaciones en esos catálogos? y ¿Qué grupo/s etario/s es/son el/los destinatario/s de las publicaciones sobre el tema en cuestión?

En función de ello se ha presentado un breve recorrido por la historia del sector editorial en Argentina para entender el lugar histórico que ocupa la industria editorial en el país y la morfología de la misma, teniendo en cuenta la incorporación de elementos digitales. Luego, se revisaron los catálogos de cuatro editoriales: *Editorial Paulinas*, *Editorial San Pablo*, *Editorial Claretiana* y *Editorial Bonum* atendiendo al origen de cada una de ellas y tomando en consideración el segmento libro religioso en el mercado. Después, se puso en evidencia cuantitativa el lugar del tema de las peregrinaciones en los catálogos mencionados a partir de los motores de búsqueda.

En función de esto pueden ensayarse algunas afirmaciones. En primer lugar, más allá de la dimensión simbólica que el libro religioso tiene parece ser significativo en el mercado, participando de la misma tensión entre economía y cultura que atraviesa al conjunto del sector editorial. En segundo término y vinculado con lo anterior, esta significatividad no se ve reflejada en la presencia del tema de las peregrinaciones en los catálogos de las cuatro importantes editoriales tomadas en consideración. En tercer lugar, preguntarse los motivos de esto último parece relevante en el marco de una sociedad que cuenta con una interesante cantidad de lugares de destino de peregrinaciones y con un conjunto de personas que participan de esa práctica. Finalmente, incluir en el análisis el destinatario de esta producción editorial parece razonable a la hora de ensayar alguna explicación de lo antedicho.

Referencias bibliográficas

- Aguado, A. (2006): "La consolidación del mercado interno", en José Luis de Diego (dir.), *Editores y políticas editoriales en Argentina 1880 – 2000*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- Algranti, J. (2014): "Industrias del creer. Orientaciones productivas del complejo editorial cristiano en Argentina", en *Desacatos* N° 46, pp. 108-123, septiembre-diciembre.
- Algranti, J. (2011): "La religión como cultura material. Socio-génesis de los circuitos editoriales en el mundo católico y evangélico", *Horizontes Antropológicos*, ano 17, n. 36, Porto Alegre, p. 67-93, jul./dez.
- Barbero, M. I. y Lluch, A. (2015): "El capitalismo familiar en Argentina: modelos y dinámicas en el largo plazo", en Paloma Fernández Pérez y Andrea Lluch (ed.), *Familias Empresarias y Grandes Empresas Familiares en América Latina y España. Una visión de largo plazo*, BBVA.
- Carbonelli, M. y Giménez Beliveau, V. (2016): "Misioneros de Francisco en Caacupé: el viaje y los objetos de culto a través de la etnografía de una peregrinación político – religiosa", en *Debates do NER*, Año 17, N° 29, Porto Alegre, pp. 329 – 359, Jan/Jun.
- Colli, A., Fernández Pérez, P. y Rose, M. B. (2003): "National Determinants of Family Firm development? Family Firms in Britain, Spain, and Italy in the Nineteenth and twentieth centuries", In *Enterprise and Society* Vol. 4, N° 1, Cambridge University Press, pp. 28-64.
- Cherubini, G. (2000): "Compostela, meta de la piedad medieval", *La aventura de la Historia*, pp. 33-52.
- de Sagastizábal, L. (1995): *La edición de libros en la Argentina*, Buenos Aires, EUDEBA.
- Eujanián, A. (1999): "La cultura: público, autores y editores", en Marta Bonaudo (dir.), *Nueva Historia Argentina, Liberalismo, Estado y orden burgués (1852-1880)*, Buenos Aires, Sudamericana.
- Fernández Pérez, P. (2003): "Reinstalando la empresa familiar en la Economía y la Historia económica. Una aproximación a debates recientes". *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, N° 17, pp. 45-66.
- Fernández Pérez, P. and Colli, A. (Eds.) (2013): *The endurance of family businesses: a global overview*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Fernández Pérez, P. y Lluch, A. (Eds.) (2015): *Familias Empresarias y Grandes Empresas Familiares en América Latina y España. Una visión de largo plazo*, BBVA.
- Giuliani, A. (2016): "El Primer Congreso de Editores e Impresores Argentinos (1938)". *Anuario CEEED*, N° 8, Año 8, pp. 93-120.
- Gociol, J. (2010): *Boris Spivacow, el señor editor de América Latina*, Buenos Aires, Capital Intelectual.
- Lewgoy, B. (2004): "O livro religioso no Brasil recente: uma reflexao sobre as estratégias editoriais de espíritas e evangélicos", *Ciências Sociais e Religião*, ano 6, n° 6, pp. 51-69, outubro.
- López, L. (2011): "Una interpretación del turismo religioso a partir de la conceptualización del Turista-peregrino", Tesis de grado, Universidad Nacional de La Plata.
- Lozano Posso, M. (2000): "El protocolo en las empresas de propiedad familiar", en *Estudios Gerenciales*, Vol. 16, N° 74, pp. 49-67.
- Penrose, E. (1959): *The Theory of the Growth of the Firm*, Oxford, Bacioc Blackwell.
- Tedesco, J. C. (1994): *Educación y sociedad en la Argentina (1880 – 1900)*, Buenos Aires, Centro Editor de América Latina.
- Valinoti, B. (2016): "Construyendo el mundo editorial en Argentina en los inicios del siglo XX". *Anuario CEEED*, N° 8, Año 8, pp. 27-65.

Fuentes estadísticas

Censo Nacional de Población. República Argentina (1869).

Censo Nacional de Población. República Argentina (1895).

Censo Nacional de Población. República Argentina (1914).

Informe CEP, "La industria del libro en Argentina" (2005).

Encuesta Nacional de hábitos y prácticas de lecturas. Secretaría de Cultura de la Nación (2011).

Encuesta Nacional de Consumos Culturales (2013).

Informe estadístico Cámara Argentina del Libro (2015).

Informe Anual de Producción del Libro en Argentina 2016. Buenos Aires: Cámara Argentina del Libro (CAL) (2017).

Informe Anual de Producción del Libro en Argentina 2017. Buenos Aires: Cámara Argentina del Libro (CAL) (2018).

Informe Anual de Producción del Libro en Argentina 2019. Buenos Aires: Cámara Argentina del Libro (CAL) (2020).

Informe Anual de Producción del Libro en Argentina 2020. Buenos Aires: Cámara Argentina del Libro (CAL) (2021).

Fuentes institucionales

Memorias y Balances Cámara Argentina del Libro, 1941- 1983.

Fuentes periodísticas

Diario *Página 12* (2014): "Asumió Gremmelspacher", 19 de diciembre. Disponible en pagina12.com.ar, recuperado 24 de junio 2021.

Gigena, D. (2019): "Según la Cámara Argentina del Libro se agravó la crisis en el sector editorial", Diario *La Nación*, 5 de noviembre. Disponible en Según la Cámara Argentina del Libro, se agravó la crisis en el sector editorial - LA NACION, recuperado 24 de junio 2021.

Páginas web

[Paulinas - Comunicando al mundo](#), recuperado 19 de abril de 2021.

[Libros, Librería Virtual SAN PABLO](#), recuperado 20 de abril de 2021.

[Libros – Editorial Claretiana](#), recuperado 20 de abril de 2021.

<https://www.editorialbonum.com.ar>, recuperado 20 de abril de 2021.

[Libro Religioso \(camaradellibro.com.ar\)](http://camaradellibro.com.ar), recuperado 5 de mayo de 2021.

Notas

Viviana Román es Magíster en Historia (UTDT), graduada en Historia (Universidad de Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras). Investigadora del IIEP-BAIRES y del CEEED. Ha publicado diversos libros y artículos en revistas académicas como Revista Latina de Sociología y Revista La Aljaba y en diversas editoriales. Subdirectora

del Anuario CEEED, Directora de Proyecto de Investigación - UBACyT y Profesora Adjunta Regular a cargo de
Cátedra Historia Económica y Social General en Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Económicas.