RIDAA
Repositorio Institucional
Digital de Acceso Abierto de la
Universidad Nacional de Quilmes

Universidad
Nacional
de Quilmes

Franzini, Fábio

Gustavo Sorá, Brasilianas. José Olympio e a genese do mercado editorial brasileiro, San Pablo, Edusp / Com Arte, 2010, 488 páginas.

Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Argentina.
Atribución - No Comercial - Sin Obra Derivada 2.5
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar/

Documento descargado de RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes de la Universidad Nacional de Quilmes

Cita recomendada:
Franzini, F. (2011). Gustavo Sorá, Brasilianas. José Olympio e a genese do mercado editorial brasileiro, San Pablo, Edusp / Com Arte, 2010, 488 páginas. Prismas, 15(15), 280-283. Disponible en RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/1869

Puede encontrar éste y otros documentos en: https://ridaa.unq.edu.ar

Universidad Nacional de Quilmes
Roque Sáenz Peña 352 // Bernal
Buenos Aires // Argentina
t.: (+41 11) 4365 7100
f.: (+54 11) 4365 7101
info@unq.edu.ar

Gustavo Sorá,
Brasilianas. José Olympio e a gênese do mercado editorial brasileiro,
San Pablo, Edusp/ComArte, 2010, 488 páginas

No es por cierto nada original constatar que, en las últimas décadas, el libro y todo el circuito de relaciones que él comprende se han vuelto objeto de la atención y la reflexión sistemáticas de historiadores y científicos sociales.[1] Con los trabajos realizados por autores de renombre internacional, como Roger Chartier y Robert Darnton, y otros de alcance más puntual pero no menos competentes y rigurosos, se ha afirmado un verdadero programa de investigaciones, que se materializa de las más diversas maneras (memorias, biografías, estudios de caso, balances generales).

Este "descubrimiento" del libro como algo más que un mero soporte de informaciones e ideas se relaciona, sin lugar a duda, con el surgimiento de nuevos problemas, nuevos objetos y nuevos abordajes de la historia, de acuerdo con la célebre afirmación de Pierre Nora y Jacques Le Goff. Ahora bien, su reconocimiento y su afirmación como objeto de estudio no han sido gratuitos; en efecto, como ya lo ha señalado Darnton en un texto hoy clásico, los libros –objetos multidimensionales y multifacéticos– "no respetan límites, ya sean lingüísticos o nacionales", ni "se limitan a relatar la historia: ellos la hacen".[2]

Estas consideraciones rápidas y superficiales son, no obstante, relevantes para delimitar el espacio intelectual en el que se sitúa *Brasilianas. José Olympio e a gênese do mercado editorial brasileiro*, trabajo del antropólogo argentino Gustavo Sorá, que se publica ahora como libro, doce años después de ser presentado como tesis de doctorado en Antropología Social en la Universidad Federal de Río de Janeiro.

Fundamentado en los análisis de Chartier sobre los libros y la cultura escrita, así como en los de Bourdieu acerca de los campos intelectual y literario y la "economía de los bienes simbólicos", Sorá parte del camino abierto por Laurence Hallewell con su pionero *O livro no Brasil* (1985) para estudiar la figura articuladora de la transformación de un texto en libro: el editor. En este caso, no de cualquier editor, sino de José Olympio Pereira Filho (1902-1990), creador de una marca que, desde la primera mitad del siglo XX, "formó el canon de una cultura escrita auténticamente brasileña", como se destaca ya en el primer párrafo de la introducción (p. 11).

La elección no podría ser entonces más significativa, y tampoco podría serlo el título del trabajo. En la precisa definición de Sorá, "brasiliana" es, más que una palabra, una idea, que "alude a una biblioteca real o metafórica sobre el país, en la que un lector extranjero, por ejemplo, puede de un vistazo tener toda la cultura nacional a su alcance" (p. 28). Al vincularla con el nombre de José Olympio, Sorá acentúa la importancia de este editor y de su sello para la "configuración de la cultura nacional impresa en un momento central respecto de la sedimentación de representaciones modales sobre 'el país real'" (p. 29). Un momento que es en efecto central porque está marcado por el nacionalismo político, la modernización económica, la expansión del sistema de educación pública y la creación de universidades, entre otros factores estructurales que, casi siempre articulados por el Estado, llevaron entonces a los intelectuales nativos a reflexionar, escribir y debatir acerca de la "verdadera" identidad nacional brasileña.

Con ese marco general, los siete capítulos del libro componen un amplio y rico panorama de la historia de la edición en el Brasil entre las décadas de 1920 y 1950. Sin dejarse seducir por la "ilusión biográfica", Sorá reconstruye con maestría, tanto en la forma (la división interna de los capítulos, el uso de recuadros

[1] Traducción del portugués: Ada Solari.
[2] Robert Darnton, "O que é a história dos livros?", en *O beijo de Lamourette*, San Pablo, Companhia das Letras, 1990, pp. 130-131.

informativos, fotografías, ilustraciones, cuadros) como en el contenido (la temporalidad múltiple y no lineal, el diálogo con la bibliografía, las interpretaciones de la rica y variada documentación analizada, la presentación de datos estadísticos), una trama que pone en escena los agentes, las fuerzas, los intereses, las demandas, las vicisitudes, tanto públicas como privadas, que atravesaban el movimiento editorial en el país. Al hacerlo, expone minuciosamente ante el lector la profunda transformación que tuvo lugar durante el período, y que sintetiza con la constatación de que "hasta comienzos de 1930, la edición era una práctica de impresores y libreros. A fines de esa década, pasó a ser una actividad que requería dedicación exclusiva y diferenciación de funciones, lo que así dio lugar al surgimiento de una nueva forma de poder en la regulación de la producción y la circulación de la palabra impresa en libros" (p. 30).

La reconstrucción de la trayectoria personal y profesional del editor funciona, pues, como punto de partida para que el autor ilumine el carácter en absoluto natural, ni conscientemente orientado, de aquello que considera como la génesis del mercado editorial brasileño. La columna vertebral que sostiene el libro se inicia en la sección de libros de la Casa Garraux, el principal *magasin* de la ciudad de San Pablo a comienzos del siglo XX, donde José Olympio trabajó desde 1918 hasta 1931; allí profundizó sus contactos con una clientela selecta y desarrolló aquello que sería una de sus características más notables: el "arte de la amistad", es decir, el cultivo hábil de las relaciones personales y de los beneficios que pueden obtenerse por medio de ellas, con sus necesarias retribuciones. No casualmente su primer gran salto profesional se produjo en abril de 1931, cuando, con la ayuda de varios de los amigos que había conocido en la Casa Garraux, pudo reunir una gran suma de dinero para comprar la mayor biblioteca particular del estado de San Pablo, la del bibliófilo Alfredo Pujol, que había fallecido un año antes.

De ese precioso acervo, repleto de obras raras, nació la Librería José Olympio, que, una vez abierta al público, pasó a promover un interesante espectáculo: según la bella imagen de Sorá, "a cada venta de volúmenes de Pujol, caía un ladrillo del *ancien ordre des livres brésiliens*" (pp. 74-75). Casi al mismo tiempo, se lanzó a la edición, una actividad que se potenció a partir de 1933 cuando entró en contacto con el escritor Humberto de Campos. Como describe Sorá, Campos, a pesar de ser muy estimado por sus crónicas, cuentos y poesías sentimentalistas, publicaba sus obras en una insignificante editorial de Río de Janeiro y con tiradas muy pequeñas en relación con su popularidad. Gracias a su percepción del potencial comercial de esos libros y de su bien cuidada relación personal con el autor, José Olympio logró adquirir todos los títulos de Campos, que, reunidos bajo la forma de *Obras completas* en 1934, le permitieron afinar "un motor comercial que le permitiría evolucionar, diversificar los lanzamientos y arriesgar con nuevos valores y géneros inéditos" (p. 93).

Ese motor arrancó, en efecto, con la mudanza de la librería y la editorial a la capital del país, en 1934. Aun cuando Sorá observe que el traslado no representó "una toma de conciencia o una visión de que 'las cosas pasaban por Río de Janeiro', cuna de las revoluciones proféticas para los que comenzaban a 'descubrir el verdadero Brasil'" (p. 141), es innegable el peso que la ciudad empezaba a tener en la construcción de un mercado de bienes simbólicos efectivamente nacional; por lo tanto, es difícil pensar que José Olympio no haya tenido otras motivaciones además de las impuestas por los límites de la actividad editorial en San Pablo, donde imperaba la Companhia Editora Nacional de Octalles Marcondes Ferreira y Monteiro Lobato. Tanto es así que él mismo reconoce que, para otros actores importantes que participaban de aquel contexto, como los llamados "escritores del Nordeste" (José Lins do Rego, Jorge Amado, Raquel de Queirós, Graciliano Ramos), "el público era la palabra de orden y Río de Janeiro, la ciudad" (p. 150): la ciudad donde los círculos intelectuales, la crítica y los editores, muy imbricados entre sí, configuraban un sistema de autorreferencia que, dado que brindaba una gran proyección a aquellos que formaban parte de él, funcionaba como un poderoso polo de atracción.

De todos modos, no hay una contradicción entre ese reconocimiento y el esfuerzo de desmi(s)tificación del "editor visionario" que Sorá lleva a cabo, pues, como reitera de

manera constante, fueron las "codeterminaciones estructurales" las que le permitieron a José Olympio "hacerse un nombre". Si tanto el editor como muchos nuevos autores se vieron atraídos por el lugar central que ocupaba Río de Janeiro, las posibilidades y las oportunidades no estaban abiertas a todos, sino que era necesario crearlas y afirmarlas. Como se expone muy bien en el libro, quienes emigraban a Río de Janeiro se encontraban con un mundo "ya poblado de agentes con posiciones y estrategias rivales" (p. 141). Así, del mismo modo en que lo había hecho con Humberto de Campos, José Olympio procuró acercarse precisamente a aquellos autores provenientes del Nordeste que, si bien gozaban de reconocimiento, eran aún periféricos en la geografía de la edición carioca. Tras conquistar en primer lugar a José Lins do Rego, poco a poco el editor logró reunir a todos sus principales nombres, quienes, así como había ocurrido con Campos, le brindaron una nueva y decisiva plataforma de acción.

Gustavo Sorá lleva a cabo una refinada lectura de dos tipos de documentos fundamentales en la vida de la editorial –los propios libros que publicaba y los catálogos que los difundían– y así demuestra con claridad el modo en que aquella plataforma se impuso. De acuerdo con su análisis, la creación de colecciones fue una estrategia editorial muy exitosa, en particular en el caso de tres de ellas, lanzadas a mediados de la década de 1930: la serie dedicada al "Ciclo de la Caña de Azúcar", que contaba con cuatro novelas de José Lins do Rego; la de las "Novelas de Bahía", compuesta por otras cuatro novelas, de Jorge Amado; y la "Colección Documentos Brasileños", que, bajo la dirección del sociólogo Gilberto Freyre e inspirada en la "Colección Brasiliana" de la rival Companhia Editora Nacional (pero de la que buscaba diferenciarse),[3] contenía trabajos dedicados a "descubrir el Brasil a los brasileños", sobre todo de autores contemporáneos que, como el mismo Freyre, adoptasen métodos y criterios científicos. Cada una a su modo, las tres colecciones "abonaron el terreno para la imposición del Nordeste como categoría condensadora de los mensajes constitutivos de la identidad nacional, en la literatura y en el pensamiento nacional" (p. 197), y, por extensión, también para una forma de reconocimiento específico de la editorial como difusora de la *cultura brasileña*.

Junto a la organización y la clasificación de autores y obras en las respectivas colecciones, Sorá muestra cómo los aspectos materiales de las publicaciones también fueron cruciales respecto de la prefiguración de su recepción, así como de la construcción de la imagen pública de la Livraria José Olympio Editora. Con el trabajo artístico del pintor Tomás Santa Rosa, también oriundo del Nordeste, las tapas de los libros que publicaba adquirieron un patrón y un estilo sumamente simbólicos y expresivos, en sí mismos, del "contenido" con el que se iba a encontrar el lector. Sobrio, minimalista y delicado, ese "estilo visual, inaugurado con las colecciones de autor", significó "la llegada a una matriz multiplicadora de mensajes de 'brasileñidad'", como afirma Sorá (p. 188). Por lo tanto, la creación de una identidad visual no solo incidió en la construcción de una identidad editorial, sino que también colaboró decisivamente para eso, amplificando la dimensión "nacional" presente en ella.

Según Sorá, los catálogos completan ese proceso, ya que la distribución de los autores y los títulos a través de sus páginas puede ser reveladora de las apuestas, tendencias, tensiones, disputas, relaciones de fuerza y jerarquías que atraviesan el mercado editorial en diferentes momentos. Como afirma el autor, en ellos "ningún elemento está, para el editor y en un tiempo determinado, abandonado a la casualidad o desprovisto de sentido" (p. 270), lo que permite verlos como un "documento de identidad" de los editores. En el caso de José Olympio, el examen de los catálogos publicados entre 1936 y 1940 permitió observar un intenso intercambio de posiciones y, por consiguiente, de significados entre los libros publicados a lo largo del período. Tomando el centro del catálogo como lugar de reunión de los "pilares del prestigio cultural del sello", Sorá muestra

[3] Como dice Sorá, la colección de la Companhia Editora Nacional adquirió tanta relevancia que sobre ella "se basó la acumulación de un capital de reconocimiento cultural de la editorial"; más aun, "la Brasiliana se convirtió en un modelo y rápidamente impuso un estilo de colecciones con ensayos de interpretación del Brasil, explotado hasta hoy por casi todas las editoriales con pretensiones culturales" (p. 163).

cómo, año a año, aparecieron nuevas segmentaciones en géneros, categorías y colecciones, al mismo tiempo en que se definían sus autores y obras más respetables, hasta constatar que, a partir de 1940, "se observa un umbral de definición de la estructura elemental del catálogo, sobre la cual se basó la consagración del sello y de sus autores" (p. 273).

Paralelamente al estudio de la economía interna de la editorial, Sorá también se ocupa de la expansión del mercado editorial y del movimiento de los otros sellos importantes de aquella época, así como de las acciones de los agentes del mundo del libro y del Estado para delimitar, por medio de aproximaciones y contrastes, los significados de la consagración de José Olympio y de su editorial. Es en especial significativa, en ese sentido, su observación de que, a fines de la década de 1930, las tres principales editoriales del Brasil ya estaban identificadas con nichos muy bien definidos, aun cuando publicasen cualquier tipo de libros: la Companhia Editora Nacional con las obras didácticas, la Livraria do Globo con la literatura extranjera y la "JO", por cierto, con la literatura nacional. Ahora bien, tanto o más elocuente es la descripción de la conmemoración de los 50 años de José Olympio, realizada en la sede de la editorial y que contó con la presencia de funcionarios, escritores, políticos y hasta del presidente Getúlio Vargas, quien estuvo a cargo de descubrir "una placa de bronce con las firmas de toda la comunidad de los autores de la casa, un mapa de la alta política y de la cultura nacional" (p. 426). Como muy acertadamente percibió Sorá, no podría haber un episodio más simbólico del lugar al que por entonces habían llegado el editor, la editorial y el libro en el Brasil.

Para concluir, es importante destacar que estos comentarios sólo dan una pálida idea de los aspectos centrales de *Brasilianas*. Así pues, como todo libro abre infinitas posibilidades de lectura, les corresponderá a sus lectores descubrir el gran y fértil campo de inquietudes y de investigaciones abierto por Sorá, ya sea para la historia de la edición, como para la historia intelectual. Con toda seguridad, ellos no se decepcionarán.

Fábio Franzini
Universidade Federal
de São Paulo