



 PORTADA

 INFORMACIÓN GENERAL

 CONSEJO EDITORIAL

 ENVÍO DE ORIGINALES

 NÚMEROS ANTERIORES

 INDEXACIÓN BASES DE DATOS

 CREATIVE COMMONS

 BÚSQUEDAS

 CONTACTO

Google DENTRO DE C&S



Reseña /

Philippe CASTELLANO

Enciclopedia Espasa: historia de una aventura editorial

Espasa Calpe, Madrid, 2000, 582 pp.

La industria editorial (en soporte papel y ahora también digital) ha quedado en España en una especie de tierra de nadie desde el punto de vista académico y docente, lo mismo que ocurre con la industria musical. Las Facultades de Ciencias de la Información / Comunicación no se han preocupado de su estudio ni enseñanza puesto que han estado excesivamente centradas en el sistema mediático (prensa, radio, televisión, publicidad y cine). Aunque ahora, debido a la integración tecnológica, económica y hasta profesional, se está tomando conciencia de la importancia de otras industrias culturales que han sido estratégicas en la producción y difusión de contenidos, como es el caso de la editorial. Otras escuelas (y ahora facultades) como las de Biblioteconomía y Documentación le han prestado más atención al libro, sobre todo a los aspectos bibliográficos e históricos, pero no a los comunicativos, culturales o económicos.

Esto resulta paradójico en un país como España, que se ha caracterizado, precisamente a lo largo del siglo XX, por ser una potencia editorial indiscutible en la escena internacional, sobre todo en el área iberoamericana. La editorial ha sido y es justamente la industria cultural de la que España puede sentirse más orgullosa, pues ha sido muy sólida, con empresas como Montaner y Simón, Salvat, Espasa o Gili, en la encrucijada de los siglos XIX y XX; Espasa Calpe, en los años treinta; Bruguera, durante el franquismo y, más recientemente, grandes grupos como Planeta, Santillana o RBA, las filiales de transnacionales como Plaza & Janés (Bertelsmann) o Anaya (Vivendi Universal), y muchas otras empresas, sobre todo de Barcelona y Madrid.

Pero, como decimos, la actividad editorial española (a pesar de ser una industria cultural boyante y excelente plataforma de proyección exterior de la riqueza cultural del país), ha sido poco tenida en cuenta en los planes de estudio de la Universidad y en los centros de investigación. A pesar de ello, existe una larga tradición de estudio del libro desde el punto de vista histórico, como demuestran los excelentes trabajos de Pedro Bohigas (1962), Hipólito Escolar Sobrino (1984, 1993-1996, 1998), Pedro Pascual (1994) o Jean-François Botrel (1988, 1993), entre los más significativos. Este último, precisamente, forma parte de una pléyade de excelentes hispanistas franceses, que han hecho investigaciones fundamentales sobre el negocio del libro, la prensa y la lectura en el siglo XIX y principios del XX.

También hay que hacer referencia a estudios de carácter económico que han sido significativos en su momento, como los de Gustavo Gili (1944), Fernando Cendán Pazos (1972), José Manuel Galán Pérez (1986) o Francisco Martín Carbajal (1993). Pero ningún autor hasta ahora se había puesto a analizar la trayectoria de alguna de las grandes empresas editoriales del país, como por ejemplo han hecho con las empresas periodísticas Francisco Iglesias sobre Prensa Española (1980) o Alfonso Sánchez-Taberner sobre El Correo Español (1989), entre otros.

Por ello, resulta de lo más alentadora la edición en español del libro aquí comentado sobre la Enciclopedia Universal Ilustrada Europeo Americana, que es el resultado de la tesis doctoral del hispanista francés Philippe Castellano, defendida en la Universidad de Rennes en 1994 bajo la dirección del maestro Botrel. Se trata, sin duda, de uno de los mejores libros sobre comunicación social publicados en España en 2000, además de tener una edición gráfica impecable, que resulta un deleite para los amantes del libro.

Castellano realiza un trabajo ingente al analizar no sólo la gestión, evolución y contenidos de la propia enciclopedia, sino que entra a fondo en los aspectos personales, empresariales, profesionales y publicitarios que permitieron la culminación de la labor editorial más importante de la historia española y de toda el área iberoamericana. En efecto, el Espasa es una obra insuperable, que todavía hoy, después de varias décadas, sigue siendo una fuente documental muy importante, compuesta por unos nueve millones de artículos, 165.000 grabados, 2.800 láminas, 46.000 biografías y más de tres millones de referencias bibliográficas.

Así, parecía lógico que un estudioso del mundo del libro se dedicara al análisis sistemático del Espasa para ofrecer al lector actual un trabajo riguroso, bien escrito (y bien traducido), casi omnímodo de lo que ha sido esta magna obra editorial. El libro de Castellano se divide en tres partes, a saber: la primera, dedicada a la propia enciclopedia, analiza la trayectoria personal, profesional y empresarial de José Espasa Anguera, el fundador de la empresa en la segunda mitad del siglo XIX en Barcelona y el artífice de la obra estudiada, así como la labor de sus tres hijos y de las diversas empresas editoriales de los Espasa hasta llegar a su fusión con Calpe en 1926 (propiedad de La Papelera Española) dando lugar a Espasa Calpe (con actividad industrial y comercial en Madrid y Barcelona y con delegaciones en Buenos Aires y en otras ciudades latinoamericanas), gran continuadora de la enciclopedia hasta la actualidad.

Esta primera parte también estudia a fondo las fuentes y los modelos seguidos por la Enciclopedia Espasa (que son esencialmente alemanes, de la casa Meyer, de Leipzig, desechando así otros alemanes como Herder o franceses como Larousse) y de diversos aspectos como las etapas de la publicación inicial (entre 1908 y 1934), en fascículos, en tiradas de unos 15.000 ejemplares cada uno, lo que facilitaba su venta, tanto en España como en América Latina.

La segunda parte está dedicada sobre todo al Espasa como creación intelectual colectiva, un magno proyecto en el que trabajaron centenares de científicos, intelectuales, periodistas y artistas catalanes, pero también de otras partes del Estado e incluso extranjeros, además del compromiso de las academias más significativas de

Barcelona y Madrid. Se explica el papel de los redactores, colaboradores y revisores científicos y estilísticos, es decir cómo se trataba claramente de una verdadera industria cultural moderna en la que se producía una sinergia profesional muy bien orquestada por los propios editores, en especial el hijo Luis Espasa Escayola, hasta su prematura muerte en 1923. Esta parte se completa con un análisis de contenido de las definiciones, las imágenes artísticas (de pintores como Miquel Utrillo o Ramon Casas) y las fotografías, además de las planchas con dibujos, gráficos o mapas de la propia casa Meyer.

La tercera parte estudia la realización material de la obra, la distribución comercial y la publicidad, tanto en la época de los Espasa como en la de Espasa Calpe. En este sentido, se ocupa de la impresión y la encuadernación, el papel, la distribución y las ventas, tanto en España como en América Latina y en Europa (sobre todo a hispanistas, universidades y centros de investigación). Para lograr su objetivo, la empresa realizó campañas publicitarias de gran calidad artística, sobre todo destacando el aspecto patriótico de la obra, su exhaustividad y su importancia cultural y científica.

Queda claro, pues, que se trata de un estudio importante sobre la historia del libro español y, por extensión, de las industrias culturales en el país, que lo convierten en una pieza clave para interpretar la evolución de la industria editorial en el siglo XX (por lo menos hasta el franquismo). Asimismo, sirve para comprender mejor la "edad de plata" (1902-39) de la cultura española y su trascendencia después del Desastre del 98, con la intención de construir un país moderno y abierto al mundo, en especial a Europa y a América, el eje "natural".

Sin embargo, creemos que el autor podría haber contextualizado mejor el sector editorial español de finales del XIX y principios del XX (editores, empresas, profesionales, mercado, lectores), además de entrar más a fondo en el grupo comunicativo que conformó el vasco Nicolás María de Urgoiti en torno a La Papelera Española, que da idea de la pujanza e innovación de la labor de algunos prohombres empresarios de la cultura (como lo fueron también, por ejemplo, Torcuato Luca de Tena en Madrid o Ramón Godó en Barcelona), y que truncaría la Guerra Civil.

De todas maneras, el trabajo hecho por este hispanista sobre la industria editorial española (que se suma a los del citado Botrel, y a otros textos de expertos franceses como Paul Aubert, Jean-Michel Desvois, Jean-Louis Gereña o Serge Salaün) confirma el interés histórico, económico, cultural y comunicativo del mundo del libro en este país, que cuenta con pocos analistas entre nosotros. Por ello, debemos dar la enhorabuena al autor y esperar a que siga profundizando en este fructífero terreno, ya que queda mucho por hacer. Pero no sólo a comienzos de siglo, sino también durante el franquismo y en los últimos 25 años. La obra empresarial y cultural de los Salvat, Gili, Aguilar, Bruguera, Lara o Polanco, entre otros, no ha sido todavía estudiada como se merece.

Daniel E. JONES
d.jones@wanadoo.es

arriba