

EUGENIA SCARZANELLA, *Abril. Un editor italiano en Buenos Aires, de Perón a Videla*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2016, 278 pp. ISBN 978-987-719-109-7

En este libro, originalmente publicado en italiano en 2013 y traducido al español en 2016, Eugenia Scarzanella describe la historia de editorial Abril, la trayectoria empresarial de su socio fundador Cesare Civita y los derroteros de sus principales publicaciones. Los seis capítulos que lo conforman permiten además conocer las dinámicas del mercado editorial en el lugar de origen de Civita, Italia, y en otros países de América Latina como Brasil y México, donde Abril también logró expandirse. A su vez, a partir del análisis de sus diversas publicaciones, la obra presenta las transformaciones en el estilo del periodismo gráfico, en relación con temáticas, tecnología, diagramación, comercialización y gestión empresarial. Como explica la autora, la modernización de la empresa retroalimentaba las demandas de un público ávido de novedades, exigente y cada vez más segmentado. Niños que gustaban de los personajes de Disney y jóvenes que se entusiasmaban con las aventuras; mujeres “modernas” interesadas en la moda, el amor, pero también en la sexualidad; mujeres “románticas”, amantes del cine y seguidoras del correo sentimental; varones ejecutivos lectores de temas políticos y económicos, y algunos más gustosos de las fotografías de chicas sensuales con poca ropa; amantes de la ciencia ficción, de las historietas; para todos ellos Abril tenía algo que ofrecerles.

En el prólogo, Scarzanella cuenta que su proyecto original había sido estudiar la emigración femenina a partir de relatos de italianas judías que habían llegado a la Argentina empujadas por las leyes raciales, interés que a su vez había surgido luego de investigar sobre el fascismo italiano en América del Sur. Al dialogar con algunas de sus informantes, la editorial Abril fue evocada varias veces como un espacio de acogida social e incluso de inclusión laboral, y esto la llevó a replantear su tema de estudio. Ante la falta de archivos de la propia empresa, se concentró primero en el análisis de algunas de sus publicaciones para luego animarse a desarrollar una historia de la editorial en

su conjunto. Sus principales fuentes de análisis son los testimonios de los protagonistas, entrevistas de historial oral que ella misma realizó, y también relatos que recopilaron otros autores, así como la autobiografía del propio Cesare Civita —*La mia vita*—, publicada en Milán en 1987. A éstos se suman documentos de archivos y una selección de fuentes secundarias.

Conceptualmente la figura de “capital étnico” es la que le permite describir la compleja gama de relaciones personales que apoyaron la creación, consolidación y expansión de la empresa, relaciones basadas en la identidad italiana, judía, de emigrado, que muchos colaboradores compartían. Los contactos en Italia y la experiencia de Civita como empleado de la editorial Mondadori, los lazos familiares y de amistad una vez en el exilio forzoso, son datos importantes para comprender el crecimiento empresarial sostenido, pese a las oscilaciones de una economía cíclica y un sistema político inestable y cada vez más anclado en la violencia.

El libro se estructura en seis capítulos que pueden leerse de forma independiente entre sí, ya que hay datos que se reponen, y cada uno tiene un comienzo y un fin claramente delimitados. No hay una introducción sino un prólogo que explica algunas de las elecciones que antes señalé, como tampoco hay una conclusión o epílogo que se enuncie de manera formal, aunque en las últimas páginas se ensaye un balance que intenta recoger algunas de las ideas principales del resto del texto. El hilo que se sigue es el que plantea la cronología de la propia empresa y también la historia política argentina, algunas situaciones económicas y, como telón de fondo, ciertos cambios socioculturales que afectan la oferta y demanda editorial.

El primer capítulo, “El Pato Donald en Buenos Aires”, aborda el nacimiento de Abril en la década de 1940 y para ello comienza relatando la emigración de Cesare Civita y su familia desde Italia. La experiencia de trabajo en Europa le había dado conocimientos, contactos y una carta importante: los derechos sobre las historietas de Disney. Una vez en América, primero en Estados Unidos, luego en Brasil y finalmente en Argentina, tuvo nuevos contactos y redes de sociabilidad, y juntos iniciaron la empresa. Sus primeras publicaciones apuntaron a la niñez y tomaron como referencia los libros de bolsillo que se producían en Inglaterra y Estados Unidos, una propuesta que

también buscaba maximizar el uso de papel, un bien escaso que siempre presentará problemas en cuanto al acceso y el precio. Scarzanella entrelaza esta etapa de Abril con el golpe de Estado del Grupo de Oficiales Unidos (GOU), el surgimiento del peronismo y los rumbos que fue tomando la segunda guerra mundial, y sienta las bases para la sección que sigue.

El segundo capítulo, “En tiempos de Perón: amor, aventuras y ciencia ficción”, describe las vicisitudes de la editorial durante el peronismo, un periodo marcado por tensiones en el plano político y un mercado de consumo en aumento. Una de las publicaciones que analiza con más detalle es la revista de fotonovelas *Idilio*, que se lanza en 1948. Para Scarzanella *Idilio* invitó a sus lectores a integrarse a un escenario de transformaciones y movilidades sociales y geográficas. En el desconcierto que generaban las rápidas transformaciones, el correo de lectores se fue colmando de preguntas que hacían acerca de las relaciones de género y sus expectativas. Incluso el flamante lenguaje del psicoanálisis estuvo presente en la revista en una sección a cargo de Gino Germani y Enrique Butelman, y fotomontajes de Grete Stern, tema sobre el que Paula Bertúa ha publicado un libro específico. Otro nombre que aparece en este capítulo y que vale la pena destacar es el de Héctor Germán Oesterheld, colaborador de una de las apuestas más arriesgadas en cuanto al escaso margen de ventas, la revista de ciencia ficción *Más allá...* editada por primera vez en 1953. Y otro dato interesante que la autora señala aquí es la importante cantidad de mujeres contratadas por la editorial como autoras, diagramadoras, dibujantes de palabras e imágenes, redactoras, especialmente para la sección infantil. El golpe de Estado que terminó con el segundo mandato de Perón impuso un cambio en cuanto a la composición de los equipos: varios colaboradores regresaron a su actividad académica, antes obstaculizada, y decidieron crear sus propios emprendimientos editoriales.

“Claudia: no sólo moda” es el título del capítulo 3 y si bien se concentra fuertemente en esta revista, también hay referencias a la que podría pensarse como su contraparte, *Adán*, una publicación destinada al mercado de varones que combinaba imágenes de chicas sensuales, notas de economía, cultura, ciencia y entretenimiento, y publicidad. De hecho es el lanzamiento de *Claudia*, en 1957, el que impulsa al sector de publicidad de la editorial de manera firme, mientras se pasa

a controlar la distribución con la empresa asociada a Abril, Ryela. La autora analiza algunos números de *Claudia* y hace varias referencias al estudio sobre la misma publicación de Isabella Cosse, quien se enfocó en los pasajes y negociaciones entre los modelos de mujer doméstica y mujer moderna, en una época de transformaciones en los papeles y relaciones de género y en las pautas de moral sexual. El control de la natalidad, las relaciones sexuales prematrimoniales, el aborto, el feminismo, fueron algunos de los temas controvertidos que la revista puso en circulación, con abordajes que si bien no fueron revolucionarios, ponían en duda sentidos comunes y que, al presentar varias voces, dejaban al público lector la posibilidad de elegir cuál posición tomar. Lo que antes se señala respecto a la presencia de mujeres en la empresa en esta revista se hace más notable, especialmente con la hija del mismo Civita, Adriana, y sus notas atrevidas, con un modelo que sigue al de Oriana Fallaci.

*Claudia* había impulsado la creación de programas televisivos, de un club de lectoras y de una boutique, una nueva estrategia expansiva que Civita implementaba con éxito en el mercado local mientras proyectaba su expansión fuera de Argentina. Sobre este punto, la internacionalización de Abril, trata el capítulo 4, “Revistas de actualidad: entre el desarrollismo y la dictadura”. Scarzanella presenta aquí la integración vertical de la revista, a partir de 1963, con el ingreso como socia de la Sociedad Fabril Financiera, lo que le permitió tener un establecimiento gráfico propio. En ese mismo año Abril lanzó al mercado la revista *Panorama*, una publicación de contenido y formato logrado que estaba ligada por acuerdo con la revista estadounidense *Time*. Como algunas de sus competidoras, *Primera Plana* y *Confirmado*, *Panorama* daba cuenta de las transformaciones del estilo periodístico, la diagramación, y especialmente del panorama político de los años sesenta. Un tipo especial de papel, maquinarias modernas, tres redacciones —una en Nueva York, otra en Buenos Aires y una más móvil— y un prestigioso equipo colaborador, eran algunos de los elementos que la jerarquizaban.

Bajo el gobierno militar de Juan Carlos Onganía (1966-1970) la editorial creció, pese al arancel elevado del papel importado, y esto se materializó con la inauguración de su nueva sede en un moderno edificio con un *roof garden* (azotea con jardín) en el último piso, un

espacio que servía a las reuniones sociales y de prensa. En 1969 el cierre de *Primera Plana* por encargo de Onganía ofrece a Civita la posibilidad de contratar a algunos periodistas de ese semanario, una muestra de solidaridad con los desempleados y también una estrategia para seguir fortaleciendo la calidad de *Panorama* con plumas como la del escritor Tomás Eloy Martínez.

En los inicios de los años setenta las relaciones con el gobierno siguen tensándose y esto se expresa en las dificultades que tiene el empresario para acceder a créditos estatales, la censura, la autocensura y las decisiones drásticas como despedir a Eloy Martínez luego de que *Panorama*, bajo su dirección entre 1970 y 1972, publicara un número en que ponía en duda la versión oficial de las muertes de un grupo de militantes detenidos en una base militar de Trelew en 1972. Además, los conflictos no sólo se daban con el gobierno, para principios de la década de los setenta, los empleados sumaban ya 1 300 personas entre obreros, técnicos, fotógrafos, publicistas, administrativos y otros. De acuerdo con los testimonios que recoge la autora, las deliberaciones y asambleas se habían vuelto permanentes y, de hecho, varios periodistas de la editorial participaron de la lucha armada y fueron desaparecidos por la última dictadura militar. A medida que avanza la década, la violencia política va en aumento y en abril de 1975, ya bajo el gobierno de Isabel Martínez de Perón, la Triple A (Alianza Anticomunista Argentina) hace estallar una bomba “lanza-panfletos” con amenazas a escritores, periodistas y a la familia Civita, que decide entonces irse del país, con lo que se cierra esta etapa de *Panorama*, una de las revistas más emblemáticas de la editorial.

Este capítulo también presenta el desarrollo de la revista *Siete Días*, lanzada al mercado en 1964, y de *Semana Gráfica*, que comenzó a publicarse en 1969. La primera combinaba notas y entrevistas de actualidad y cubría temas políticos candentes, como el Cordobazo, con artículos más frívolos; la segunda tenía un estilo un poco más sensacionalista. La expansión de la oferta de la editorial ponía en evidencia la segmentación del mercado, situación que Civita advertía, lo mismo que sus competidores y que al responderla ayudaba a consolidar.

El capítulo 5, “Abril se convierte en una multinacional”, describe los procesos que llevaron a la internacionalización de la editorial en Brasil en 1947 y en México en 1968. Civita ofreció capital, aprovechó

contactos y delegó responsabilidades en su familia: su hermano Vittorio en São Paulo y su yerno Giorgio De Angeli en México. La autora se detiene en la descripción de algunas de las revistas publicadas en estos países, sus similitudes y diferencias con las revistas argentinas. De este ejercicio comparativo destaca el hecho de que en Brasil fue posible realizar acuerdos con el Estado, en este caso para la producción de textos educativos, algo que resultó imposible en Argentina debido a las tensas relaciones políticas con distintos gobiernos. En este capítulo también se hace referencia a los textos culturales y educativos lanzados en Argentina, entre los que destaca la colección dirigida por el ya entonces reconocido historiador medievalista José Luis Romero.

El sexto y último capítulo, “Políticos, militares y oportunistas a la conquista de Abril”, aborda el fin de este imperio y analiza sus principales causas: el escenario político en donde resultaba difícil asumir una posición “intermedia” y la inestabilidad económica, especialmente en cuanto al acceso al papel prensa como carta de control. Pese a intentarlo con autocensura y despidos, Civita no logró a calmar la ansiedad de algunos dirigentes que habían visto en sus revistas una amenaza y también un botín. Bajo la dictadura de la Junta Militar (1976-1983), fue el representante de las Fuerzas Armadas, Emilio Massera, quien se mostró más interesado. A Civita le quedaron pocas posibilidades de acción y, ante el peligro que corría su vida y la de su familia, se exilió con ella en México y vendió la editorial al grupo Celulosa Rizzoli Empresas Asociadas (CREA). Al poco tiempo, en Bogotá, inició la publicación de historietas, un volver a los inicios —de huir de la persecución, de publicar este género—, tal como señala Scarzanella.

Como puede apreciarse, la historia de la editorial se entrelaza con la historia política de Argentina y encuentra allí muchas de las explicaciones a procesos que atraviesa la empresa. Las fuentes secundarias que permiten reconstruir ese contexto presentan posiciones firmes sobre algunos puntos controversiales y seguramente también la autora, que en un esfuerzo de síntesis para tres décadas deja algunas frases sin mayor desarrollo, como cuando ubica el surgimiento de *Claudia*, en 1957, en el “clima favorable de retorno a la democracia” (p.114), o el error de atribuir a la presidencia de Isabel Perón la prohibición de la venta de anticonceptivos y la propaganda del control de la natalidad

#### RESEÑAS

(p. 141), situaciones que no sucedieron exactamente de ese modo y que se decretaron bajo el gobierno de Perón en febrero de 1974.

Los trabajos previos de Scarzanella han sido las citas ineludibles para nuevas investigaciones sobre los productos de Abril, que se valieron de la rigurosidad del trabajo de archivo y de producción de fuentes orales. Se celebra entonces este libro que sintetiza y profundiza sus recorridos previos y que vuelve accesible a un público lector no necesariamente especializado la historia de una editorial que acompañó con sus productos tres décadas controvertidas y dramáticas de la historia argentina reciente.

Karina Felitti

*Universidad de Buenos Aires*