

## La aparición de las librerías colombianas. Conexiones, consumos y giros editoriales en la segunda mitad del siglo XIX<sup>2\*</sup>

Juan David Murillo Sandoval  
Pontificia Universidad Católica de Chile

DOI: [dx.doi.org/10.7440/histcrit65.2017.03](https://dx.doi.org/10.7440/histcrit65.2017.03)

Artículo recibido: Aprobado: 22 de noviembre de 2016/ Aprobado: 05 de mayo de 2017/Modificado: 23 de mayo de 2017

**Cómo citar:** Murillo Sandoval, Juan David. “La aparición de las librerías colombianas. Conexiones, consumos y giros editoriales en la segunda mitad del siglo XIX”. *Historia Crítica* n.º 65 (2017): 49-69, doi: [dx.doi.org/10.7440/histcrit65.2017.03](https://dx.doi.org/10.7440/histcrit65.2017.03)

**Resumen:** Este artículo estudia la emergencia y consolidación de las librerías en Colombia. Limitado a la segunda mitad del siglo XIX, se exploran los factores que impulsaron tanto la aparición y relativa especialización del oficio librero como la circulación comercial del libro para este período. Se plantea que la vinculación de las librerías con las redes de comercio internacional fue clave para su organización, siempre en alineación con cambios en el mercado nacional del libro y el universo lector local. Así, el artículo aporta una caracterización de las librerías decimonónicas, que releva el rol comercial de sus catálogos, sus giros hacia el ámbito editorial y sus lazos con el poder político.

**Palabras clave:** *librería, librero, consumo, Colombia, catálogos (Thesaurus); colecciones editoriales (Autor).*

### The Emergence of Colombian Bookstores. Connections, Consumptions and Editorial Changes in the Second half of the 19th Century

**Abstract:** This article studies the emergence and consolidation of the bookstores in Colombia. Focusing on the first half of the 19th Century, the elements that originated the fairly specialized profession of the booksellers as well as the commercial circulation of books during this period are explored here. This paper argues that the relationship between bookstores and international trade networks was a key element for their organization, always in alignment with changes in the national book market and the local radio of readers. Thus, the paper provides a characterization of the nineteenth-century booksellers, highlighting the commercial role of the catalogues, their shift toward the editorial environment and its connections to the political power.

**Keywords:** *bookstore, bookseller, consumption, Colombia, catalogues (Thesaurus); editorial collections (Author).*

### O surgimento das livrarias colombianas. Conexões, consumos e reviravoltas editoriais na segunda metade do século XIX

**Resumo:** Este artigo estuda a emergência e a consolidação das livrarias na Colômbia. Limitado à segunda metade do século XIX, exploram-se os fatores que impulsionaram tanto o surgimento e a relativa especialização do ofício livreiro quanto a circulação comercial do livro para esse período. Propõe-se que a vinculação das livrarias com redes de comércio internacional foi fundamental para sua organização, sempre alinhada a mudanças no mercado nacional do livro e ao universo leitor local. Assim, o artigo contribui com uma caracterização das livrarias do século em questão, que releva o papel comercial de seus catálogos, suas reviravoltas no âmbito editorial e seus laços com o poder político.

**Palavras-chave:** *catálogos, Colômbia, consumo, livraria (Thesaurus); livreiro, coleções editoriais (Autor).*

\* Este artículo forma parte del proyecto: “Conexiones librerías. Modernización y cultura impresa entre Argentina, Chile y Colombia, 1880-1920”, financiado por CONICYT-PCHA, en el marco de la beca de Doctorado nacional 2013-63130178.

## Introducción

El papel de los libreros y de las librerías en la vida sociocultural colombiana está todavía por estudiar. Al igual que otros asuntos vinculados al mundo de la cultura impresa, los agentes y establecimientos dedicados al comercio de libros en Colombia han carecido de exámenes históricos sistemáticos. Aunque existen ensayos sobre algunas librerías, y crónicas que documentan sus ajetes y actividades, junto a algunas aproximaciones sociológicas valiosas<sup>1</sup>, ni la historia económica ni la historia cultural colombiana parecen interesarse por la vida de estos lugares ni por la de sus responsables<sup>2</sup>. Esto conlleva una clara ausencia de estudios que se ocupen de los momentos de aparición de las librerías, sus itinerarios como lugares de sociabilidad, la circulación de los libros y el consumo literario, o incluso su número y repartición geográfica. Es probable que su poco peso económico excuse a los investigadores de la primera disciplina referida, pero no a los de la segunda, que en las últimas décadas ha relevado el rol de los libros, los libreros y las librerías como objetos y espacios claves del tránsito de ideas y saberes<sup>3</sup>.

En tal sentido, situado en los horizontes de la historia del libro y de la edición, disciplina que integra diversos enfoques para estudiar los medios impresos y el ambiente que rodea su producción, circulación, lectura y resguardo, este artículo pretende aportar al conocimiento de las primeras librerías colombianas y a los procesos de consumo inmersos dentro de esta problemática. Se busca entonces examinar los factores que impulsaron su aparición y consolidación, así como elaborar una caracterización de su funcionamiento para la segunda mitad del siglo XIX, un período que marcó en sus extremos tanto el despegue como la especialización relativa del oficio, y que fue significativo en la expansión social del libro como un bien de consumo.

Avanzar en estos objetivos implica un doble reconocimiento. En primer lugar, se considera que para estudiar la aparición y el desarrollo de las librerías, así como la propia circulación de los impresos, es tan importante valorar el peso de las dinámicas locales como el correspondiente al mercado internacional. Más aún cuando las transformaciones dadas en la industria editorial europea (Francia e Inglaterra, fundamentalmente) y estadounidense determinaron prácticas y ritmos nuevos para

- 
- 1 Ver: Alberto Mayor Mora y Elber Berdugo, “Aproximación histórica, aportes a la cultura y caracterización de los libreros y su oficio”. *Grafía* n.º 7 (2010): 169-189.
  - 2 La compilación organizada por Amada Carolina Pérez y Max S. Hering, eds., *Historia cultural desde Colombia: categorías y debates* (Bogotá: Universidad Nacional de Colombia/Pontificia Universidad Javeriana/Universidad de los Andes, 2012), hizo evidentes las líneas que la historia cultural colombiana ha privilegiado en las últimas décadas, líneas entre las cuales la historia del libro no ha participado.
  - 3 De este tema se destaca la siguiente bibliografía: Jean-Yves Mollier, ed., *Le commerce de la librairie en France au XIXe siècle 1789-1914* (París: Institut Mémoires de l'édition contemporaine/Maison des sciences de l'Homme, 1997); Pedro Rueda Ramírez, *Negocio e intercambio cultural: el comercio de libros con América en la Carrera de Indias (siglo XVII)* (Sevilla: Universidad/Diputación de Sevilla/Escuela de Estudios Hispano-Americanos, 2005); y James Raven, *Bookscape: Geographies of Printing and Publishing in London Before 1800* (Londres: British Library, 2014). En cuanto a la historiografía latinoamericana, ver: Laura Suárez de la Torre, coord., *Constructores de un cambio cultural: impresores-editores y libreros en la ciudad de México 1830-1855* (México: Instituto Mora, 2003); Arnulfo Uriel de Santiago Gómez, “Édition et librairie françaises au Mexique au XIXe siècle”. *Nuevo Mundo Mundos Nuevos* (2009): s/p, doi: doi.dx.org/10.4000/nuevomundo.55686; y Marisa Midori Deaecto, *O Império dos livros: Instituições e práticas de leitura na São Paulo oitocentista* (São Paulo: Edusp, 2011). Para el caso colombiano puede verse: Rafael E. Acevedo P., “Hombres de letras en la provincia. Producción y comercio de libros en la República de Colombia, 1821-1874”. *Anuario Colombiano de Historia Social y de la Cultura* 43, n.º 1 (2016): 93-133, doi: doi.dx.org.10.15446/achsc.v43n1.55066

todos los agentes involucrados en el circuito librero-editorial. En otras palabras, sin atender al lugar periférico de Colombia en el más global y complejo escenario del capitalismo de la edición, cualquier historia de sus librerías —o de las de cualquier otro país latinoamericano— estaría incompleta<sup>4</sup>.

Siguiendo lo anterior, se plantea, a modo de hipótesis, que el arranque de las librerías colombianas estuvo vinculado tanto a la expansión del mercado internacional del libro como al avance de procesos internos de cambio sociocultural. Jalonados por la dinámica política, estos procesos crearon las condiciones de posibilidad para que las librerías pudiesen abrirse y sostenerse. Según se verá aquí, el impulso dado por los gobiernos liberales a la imprenta, desde 1851, y, sobre todo, a la educación pública, a partir de la Constitución de Rionegro de 1863, resultó fundamental. Esta doble observancia determina asimismo el entendimiento que se presenta de las librerías y los libreros. Privilegiando una comprensión restringida que limita el universo de agentes y establecimientos, se reconoce como libreros, en primer lugar, a aquellos comerciantes que se autodenominaron *libreros*, de modo que los lugares que ofertaron ocasionalmente libros junto con otras mercancías escapan a este análisis<sup>5</sup>.

En segundo lugar, y frente a la necesidad de atender las prácticas, los libreros que se estudian también actuaron como tales, promocionando sus mercancías a través de catálogos formales y no de simples o esporádicos anuncios. La producción de estos materiales efímeros se acoge como síntoma de sofisticación y diferenciación del oficio, como evidencia de una apuesta comercial en pro de un bien particular. La producción de catálogos expresa igualmente una apuesta espacial, pues estos circulan por geografías tanto locales como regionales e internacionales. Así, pues, como carta de presentación de una librería, el catálogo —una de las principales fuentes empleadas en esta investigación— atestigua las variaciones y posibilidades del consumo lector. Esto teniendo en cuenta que las prácticas de consumo no deben identificarse como aquellas vinculadas únicamente al libro adquirido y apropiado por un determinado lector —como se considera tradicionalmente el término—, sino incluso desde los procesos de producción, circulación y comercio de los textos<sup>6</sup>.

El examen de estos materiales acerca, así, al mercado y consumo literarios. Su formato, ordenamiento y extensión permiten incursionar en los mecanismos de la oferta, la relación con los clientes, la ideología del librero, sus géneros privilegiados y sus redes de abastecimiento. Este último punto dirige hacia otro elemento diferenciador, pues al revelar las redes internacionales que los nutrieron, los catálogos constatan la dependencia frente a la edición extranjera, pero también su aprovechamiento. El catálogo es una hoja de ruta comercial e intelectual. Por tanto, junto a la apropiación del oficio y la emisión de catálogos, la capacidad de insertarse en estas redes y servirse de ellas para construir el estatus de sus librerías es otro de los elementos que caracterizan a los libreros de este estudio.

---

4 Sobre la relación entre capitalismo, librería y edición: Jean-Yves Mollier, *L'argent et le lettres. Histoire du capitalisme d'édition 1880-1920* (París: Fayard, 1988), 7-16; y Mollier, *Le commerce de la librairie*, 283-379.

5 Un entendimiento similar al aquí propuesto en: Alejandro Parada, *Cuando los lectores nos susurran: libros, lecturas, bibliotecas, sociedad y prácticas editoriales en la Argentina* (Buenos Aires: Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas/Universidad de Buenos Aires, 2007), 90-94.

6 Michel de Certeau, "La producción de los consumidores", en *La invención de lo cotidiano. I Artes de hacer*. (México: Universidad Iberoamérica/Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, 2000 [1996]), XLII-XLVIII. Sobre la importancia de los catálogos comerciales para la historia del libro: Annie Charon y Élisabeth Parinet eds., *Les ventes de livres et leurs catalogues. XVIIe-XXe siècle* (París: École des chartres "Études et rencontres de l'École des chartres 5", 2000), 5-9.

Definidos los criterios, el artículo se divide en tres partes. La primera presenta una aproximación al momento que se considera fundacional de la actividad en Colombia: la apertura de la librería de Juan Simonnot. Introdutora de nuevas prácticas comerciales, esta librería se sitúa como la primera iniciativa modernizadora del oficio. El análisis de esta experiencia servirá asimismo para introducir al lector en las dinámicas sociopolíticas que poco a poco constituyeron las condiciones para el despegue del ramo, en particular asociadas a las políticas del liberalismo radical, entre 1863 y 1880. La segunda parte examina un momento de expansiones en la actividad librera, marcado por la presencia y multiplicación de los catálogos, entre finales de la década de 1870 y el comienzo de la Guerra de los Mil Días (1899-1902). De distintos formatos y extensiones, estos materiales atestiguan la plena vinculación de las librerías locales al mercado internacional, señalando al tiempo sus prácticas, transformaciones y vínculos con el poder político. Este momento también representó un importante cambio para aquellos libreros que, buscando ocupar un lugar en la república de las letras latinoamericanas, giraron hacia el trabajo editorial. La última parte explora, así, dos incursiones editoriales que permitirán identificar los límites de la internacionalización de los libreros colombianos, así como mostrar las alternativas encontradas para competir con obras nacionales en un mercado gobernado aún por los folletines periódicos y la edición europea. Cierra el artículo con una reflexión sobre la relación entre poder y libros en Colombia, transversal a todo el artículo, pero merecedora de un último acercamiento.

## 1. Comienzos del itinerario librero: el caso de la librería de Juan Simonnot

La apertura de la librería de Juan Simonnot, en 1851, puede considerarse como el momento fundante de la actividad librera en Colombia. Las razones tienen que ver con las prácticas que introdujo, que abarcaron desde su autopromoción constante como “Librería”, pasando por su interés en construir una demanda, y no sólo en satisfacer la preexistente, hasta su debut como editora de un libro singular. Ya el primero de estos aspectos la separaba del resto de lugares que hasta estos años comerciaban con libros. Desde la noticia que informó de su llegada hasta el último de sus anuncios rastreados, el establecimiento de Simonnot es descrito como una librería<sup>7</sup>. Aunque, evidentemente, el comercio de libros existía en Colombia antes de su arribo —remontándose a las primeras décadas del siglo XVI—, es también claro que dicha actividad no se desarrollaba en lugares dedicados de manera exclusiva a su venta. Los libros se ofrecían en tiendas, casas importadoras o, en el mejor caso, en las imprentas y casas de escritores que comerciaban sus propios trabajos. En efecto, autodenominarse *librería* planteaba una distinción dentro del poco diferenciado paisaje comercial bogotano del siglo XIX. Indicaba una apuesta a la especialidad.

Si bien antes de Simonnot algunos almacenes fueron descritos como librerías, ninguno de ellos puede considerarse como una apuesta concreta por establecer una especificidad comercial<sup>8</sup>. En contraste, cualquier seguimiento a los anuncios del librero francés evidencia una intención de ofrecer algo distinto en el mercado de bienes culturales. La forma en que se publicitaron sus novedades expresaba conocimiento de estas, de sus autores, temas y formatos, todos elementos fundamentales para persuadir a potenciales lectores. En 1851, por ejemplo, se anunció la llegada a la librería de Simonnot

---

7 “Nueva librería”, *El Día*, 17 de mayo [n.º 818], 1851, 4.

8 Por ejemplo, la tienda de Mariano Tanco y la botica de Vicente Lombana, lugares que vendieron libros, junto a mercancías varias y medicinas.

de la Biblioteca Selecta de Predicadores, una colección dirigida por fray D. Pedro María de Torrecilla que agrupaba un numeroso cuerpo de textos escritos por diversos oradores católicos<sup>9</sup>. En contraste con otros anuncios del período, este incluyó descripciones detalladas, que relevaron la importancia de sus autores, la variedad de contenidos y el formato de venta de la colección.

La promoción de esta Biblioteca se hizo más prolija con el tiempo. Un nuevo anuncio informó que “por su naturaleza, por su carácter completo e integral, por la belleza tipográfica”, esta debía figurar tanto en las bibliotecas de altos prelados como en las de los párrocos aldeanos. Según ampliaba, hasta los seglares hallarían en la colección “consejos saludables, consuelos íntimos, la unción suave del Evangelio, el celestial mapa de la esperanza”. Mientras que aquellos que sólo gustaban de la elocuencia encontrarían, “con una dicción brillante i atractiva, la más sublime filosofía, el conocimiento mas esquisito de los profundos senos del corazón humano [...]”<sup>10</sup>.

La simultánea circulación de un “Prospecto” complementó la campaña de esta colección, indicando además su origen editorial. Según expresaba, esta Biblioteca Selecta era un proyecto de Rosa, Bouret y Cía. de París, casa editorial que, con una sucursal en México y agencias repartidas por Lima, Caracas y Buenos Aires, venía incursionando exitosamente en el mercado del libro hispanoamericano<sup>11</sup>. Aunque no se pudo establecer si la llegada de Simonnot a Bogotá tuvo que ver directamente con la expansión de esta editorial, los indicios confirman que este operó, a lo menos, como su primer representante en el país. El propio catálogo de la librería, publicado por entregas en *El Catolicismo* durante 1856, informó del comercio de otros títulos pertenecientes a esta casa, como el *Diccionario de Legislación* de Joaquín Escriche y el *Chantreau reformado*.

Entre sus más de trescientos títulos discriminados de manera alfabética y temática, este catálogo ofrecía libros como *Defensa de la usura* de Bentham; *Las cartas de Eloísa y Abelardo*, en la edición de Mme. Guizot; el *Ensayo sobre Nueva España* de Humboldt, y los *Catecismos* de Puget y del abate Gaume; además de trabajos procedentes de otras casas francesas, como Didot, e incluso de españolas como la Imprenta Nacional de Madrid<sup>12</sup>. La puesta en circulación de este catálogo, el primero al parecer publicado en Colombia, resulta en sí misma tan sintomática de la especialización del establecimiento de Simonnot como ilustrativa de su integración a la red de comercio librero desplegada sobre el continente<sup>13</sup>.

La articulación de Simonnot al mercado internacional le permitió asimismo ofrecerse como suscriptor de algunas populares revistas euroamericanas del período, como el *Correo de Ultramar* y el *Eco de Ambos Mundos*<sup>14</sup>. Debido al éxito comercial de estas publicaciones, Simonnot dispuso de las suscripciones para comerciar otros títulos de su catálogo, entre ellos el editado por cuenta propia: *Análisis del socialismo y exposición clara, metódica e imparcial de los principales socialistas*

9 “Anuncios”, *El Pasatiempo*, 29 de noviembre [n.º 15], 1851, 119.

10 “Anuncios”, *El Pasatiempo*, 30 de junio [n.º 53], 1852, 8.

11 Pura Fernández, “El monopolio del mercado internacional de impresos en castellano en el siglo XIX: Francia, España y ‘la ruta’ de Hispanoamérica”. *Bulletin Hispanique* 100, n.º 1 (1998): 175-179, doi: dx.doi.org/10.3406/hispa.1998.4964

12 “Catálogo de libros que se hallan de venta en la librería de J. Simonnot”, suplemento de *El Catolicismo*, 1 de julio [año III, n.º 217], 1856, y 4 de julio [año III, n.º 218], 1856.

13 “Catálogo de libros que se hallan de venta en la librería de J. Simonnot”.

14 Sobre este tipo de revistas véase: Diana Cooper-Richet, “París y los ambos mundos: une capitale au cœur du dispositif de production et de mise en circulation de livres et de journaux, en espagnol, au XIXe siècle”. *Cahiers des Amériques latines* n.º 72-73 (2013): 215, doi: dx.doi.org/10.4000/cal.2895

*antiguos y modernos*<sup>15</sup>. Impresa en el taller parisino de J. Claye en 1852, esta es la única apuesta editorial conocida de Simonnot. Como se infiere, el libro discutía las principales corrientes socialistas europeas —las de “San Simon, Fourier, Owen, P. Leroux y Proudhon”—, y bien pudo ser concebido para aliviar demandas locales, dadas las tensiones entre artesanos y liberales que derivaron en el Golpe de Melo, de 1854. Si bien no se lograron identificar recepciones puntuales de esta singular obra, su circulación puede rastrearse.

En primer lugar, *Análisis del socialismo* fue una de las obras ofrecidas por Simonnot como “primas” (obras de obsequio) a los suscriptores del *Correo de Ultramar*. Aunque competía bajo esta fórmula con otros títulos, es posible imaginar que esta táctica garantizó su circulación entre un porcentaje de lectores<sup>16</sup>. Un ejemplar de *Análisis del socialismo* aparece a su vez entre los 392 volúmenes recibidos por la Biblioteca Nacional entre 1856 y 1857<sup>17</sup>. Adicionalmente, la presencia del libro en fuentes chilenas y colecciones argentinas demuestra que circuló a nivel continental. El ejemplar resguardado por la Biblioteca Nacional Argentina, por ejemplo, muestra sellos de encuadernación de la Librería Europea de Jacobsen y Söderstedt, establecimiento en actividad desde 1869; mientras que otro conservado en el CeDInCI (Buenos Aires) muestra un sello de la Librería Central Lucien e Hijo, que estampa en su parte inferior la frase “Casa Rosa y Bouret”, signo de sus vínculos de correspondencia.

Por otra parte, dos catálogos chilenos demuestran que *Análisis del socialismo* fue ofrecido al lector santiaguino, incluso antes de 1860. El más temprano, un catálogo de realización de la Librería de R. Morel de 1857, ofrecía el libro a un precio de \$0,85; mientras que la Librería de Mousis hermanos, también agencia de Rosa y Bouret, lo vendía a \$0,5, según su catálogo de 1861<sup>18</sup>. Ahora bien, más allá de estas cifras, que sólo sugieren el reducido costo del libro, los tránsitos americanos de la obra editada por Simonnot exponen su rasgo más diferenciador dentro del panorama librero colombiano. Además de introducir nuevas fórmulas de propaganda y modernas prácticas para atraer clientes, Simonnot supo colocar su única producción por fuera del mercado para el que fue concebida, una acción favorecida por la red de librerías francesas<sup>19</sup>.

No obstante, el corto período de actividad de Juan Simonnot —personaje cuya biografía permanece oscura— siembra dudas sobre la viabilidad de su establecimiento, así como sobre las condiciones de posibilidad existentes en la década de 1850 para que una librería pudiera asentarse. Gilberto Loaiza ha sugerido además que la presión católica afectó la continuidad del librero, pues su catálogo resultó criticado por el mismo periódico que le dio cabida, todo por contener

15 *Análisis del socialismo y exposición clara, metódica e imparcial de los principales socialistas antiguos y modernos y con especialidad los de San-Simon, Fourier, Owen, P. Leroux y Proudhon, según los mejores autores que han tratado esta materia tales como Reybaud, Guepin, Villegardelle, etc.* (París: Imprenta de J. Claye y Cía, calle de San Benito, n.º 7/Bogotá: Librería S. Simonnot, 1852).

16 “A los suscriptores del Correo de Ultramar”, *El Pasatiempo*, 22 de febrero [n.º 141], 1854, 368.

17 L. Arias Vargas, “Biblioteca Nacional”, *Gaceta Oficial*, 10 de septiembre [n.º 2.170], 1857, 497.

18 Ver: *Realización en baratura de la Librería de R. Morel* (Valparaíso: Imprenta del Comercio, 1857), 3; y *Catálogo de la Librería de Mousis Hs.* (Santiago: Imprenta del Ferrocarril, 1861), 12.

19 Catálogos posteriores de Rosa y Bouret integraron *Análisis del socialismo* como una de sus obras de fondo, cuestión que abre interrogantes sobre la propiedad de este título. Ver: *Catálogo de las obras de fondo que se hallan de venta en el establecimiento editorial de A. Bouret e Hijo* (París: Impr. Moiteroz, 1875), 5, en, Bibliothèque Nationale de France (BNF), Fondo Q10.

obras prohibidas por la Iglesia<sup>20</sup>. Si bien esta cuestión no es menor en el momento de estudiar el itinerario de Simonnot, el cual se disuelve hacia 1858, lo cierto es que las condiciones del país no brindaban mayores expectativas para las librerías. Con un analfabetismo enorme, un sistema educativo apenas incipiente y mínimos lugares del saber que demandasen libros, cualquier propósito en este ramo podía resultar inviable.

Esta precariedad para la expansión de una cultura impresa sólo sería atendida con relativa eficacia desde la década de 1860, una vez asegurada en el poder una constelación liberal que se propuso impulsar un sistema educativo público. Enmarcado en la Constitución de Rionegro de 1863, el impulso dado a la instrucción jalonó al gremio impresor local y atrajo la industria editorial europea. Como se pretende demostrar, la instalación en Colombia de un moderno comercio de librería resulta inseparable de las políticas aplicadas durante este período.

## 2. Políticas, catálogos y conexiones

En su estudio sobre la expansión del mundo del libro, Gilberto Loaiza ha mostrado cómo el paso de los gobiernos del liberalismo radical (1863-1880) fue rico en la generación de nuevos lugares del saber<sup>21</sup>. En efecto, las escuelas, las bibliotecas, la Universidad Nacional y la propia vida periodística experimentaron durante este período un impulso inédito, que resonó sobre los espacios de producción y difusión impresos. Pese a haber dado un primer salto cualitativo en 1848 —con la apertura de talleres como el del Neogranadino—, el espacio tipográfico pudo expandirse con notoriedad sólo hacia la década de 1870, momento en el que nuevos periódicos oficiales como *La Escuela Normal* (1871) y *El Maestro de Escuela* (1872) comenzaban también a contribuir al proyecto educativo liberal. Referentes del afán instructor, este tipo de iniciativas mediáticas buscaron afianzar una cultura impresa en el territorio, estimulando en el proceso tanto al espacio tipográfico como a las librerías.

Ahora bien, los ciclos de expansión de estas dos actividades no fueron paralelos. Si las imprentas ampliaron su número gradualmente desde 1830, la primera multiplicación notable de las librerías ocurrirá apenas hacia 1880, momento en el que la inestabilidad del experimento federal y el propio apogeo católico-conservador causaban la caída de los liberales. No obstante esta particularidad, las acciones derivadas de proyectos políticos como el Decreto Orgánico de Instrucción Pública (DOIP), de 1870, incidieron en la posterior expansión de las librerías. El DOIP alentó procesos de importación de textos y materiales escolares que beneficiaron tanto a compañías extranjeras como a sus agentes locales. Las importaciones de libros, por ejemplo, pasaron de 8.751 a 62.191 kilos entre 1868 y 1873<sup>22</sup>. Por otra parte, y por cuenta de la apertura de escuelas normales y primarias,

---

20 Gilberto Loaiza Cano, “La expansión del mundo del libro durante la ofensiva reformista liberal. Colombia, 1845-1886”, en *Independencia, independencias y espacios culturales. Diálogos de historia y literatura*, editado por Carmen Elisa Acosta, César Augusto Ayala y Héctor Cruz (Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, 2009), 35.

21 Loaiza Cano, “La expansión”, 25-64.

22 Cálculo realizado a partir de: Miguel Samper, *Memoria del Secretario de Hacienda i Fomento al ciudadano presidente de la Unión, para el Congreso Federal de 1869* (Bogotá: Imprenta de la Nación, 1869); y Aquileo Parra, *Memoria del Secretario de Hacienda i Fomento dirigida al Presidente de la República para el Congreso de 1874* (Bogotá: Imprenta de Gaitán, 1874). Para 1890, Colombia importaba más de 100 toneladas de libros franceses, ver: Frédéric Barbier, “Le commerce international de la librairie française au XIXe siècle (1815-1913)”. *Revue d’histoire moderne et contemporaine* 28-1, n.º 1 (1981): 109-110.

la población estudiantil resultó triplicada hacia la década de 1880, progreso que debió afectar el radio de alfabetizados<sup>23</sup>.

La aparición de nuevas librerías no puede, pues, explicarse sin estos estímulos dados al mundo de lo impreso. Las reformas liberales motivaron tanto la ampliación del público consumidor de libros como de los lugares y las conexiones que posibilitaban su comercio. Aunque investigaciones recientes han señalado los límites de las políticas liberales, la existencia de un mayor número de librerías propiamente dichas para el final de este régimen permite pensar que las condiciones para el oficio habían mejorado<sup>24</sup>. El *Almanaque de Bogotá y guía de forasteros*, de 1866, mostró las más tempranas mutaciones. Sus páginas registraron siete librerías, cuatro dedicadas al libro extranjero: las de Rafael Mogollón, Francisco Ramírez, Hipólito Pérez y Benedicto Mantilla; y las restantes, a obras nacionales: las de José Benito Gaitán, Francisco Torres Amaya y Nicolás Gómez, todos también impresores<sup>25</sup>. De todo este conjunto, sólo las librerías de Rafael Mogollón e Hipólito Pérez publicaron catálogos<sup>26</sup>.

Como sucesor de Simonnot, Mogollón continuó con la distribución de títulos de Rosa y Bouret. El primero de sus catálogos, impreso en París, ejemplificó la proyección del comercio con más 1.300 títulos en venta, una oferta bibliográfica inédita hasta entonces en Bogotá. En la década de 1870, otras librerías aparecen en la capital. Lorenzo Chávez, otrora encuadernador y vendedor de papel, se establece en estos años como librero, al igual que Manuel Pombo (1827-1898), quien abrió su local en 1871. Las librerías de Manuel Gómez Calderón —de la que se conserva un catálogo— y la de Vargas, García Rico y Cía. serán otras de las emergentes en este período<sup>27</sup>.

No obstante, la trayectoria de estas librerías sería eclipsada por la aparición de establecimientos más sofisticados. Entre los que renovaron el paisaje se encuentra el del poeta cartagenero Lázaro María Pérez (1822-1892), otro debutante en el ramo durante los gobiernos liberales. Publicista conservador, comisionista y también militar con grado de coronel, Pérez hizo una entrada contundente al comercio librero con la adquisición de un crédito de 20.000 francos con Hachette, en 1868, operación que lo convirtió en consignatario exclusivo de esta editorial<sup>28</sup>. Para 1870, las conexiones de Pérez le permitieron intermediar en el abastecimiento estatal de textos escolares y contar con un valioso fondo para la venta minorista. Bautizada con los apellidos Torres Caicedo, en tributo al publicista colombiano residente en París, su librería fue la mejor conectada internacionalmente del país. Su catálogo fue la *Revista bibliográfica*, publicación que alcanzó 34 números entre 1878 y 1889.

23 A nivel primario, los alumnos inscritos pasaron entre 1873 y 1881 de 23.418 a 71.070, ver: Aline Helg, *La educación en Colombia, 1918-1957. Una historia social, política y económica* (Bogotá: Fondo Editorial CEREC, 1987), 27.

24 Fernanda Muñoz, “Alcances y límites de la institucionalización del proyecto educativo radical en el Estado Soberano del Cauca, 1870-1885”. *Anuario Colombiano de Historia Social y de la Cultura* 40, n.º 2 (2013): 115-143.

25 J. M. Vergara i J. B. Gaitán, *Almanaque de Bogotá i guía de forasteros* (Bogotá: Imprenta de Gaitán, 1866), 344.

26 Véase: *Catálogo de libros selectos de Rosa & Bouret que se hallan a la venta en la Librería de R. Mogollón Guzmán* (París: Imprenta de Simon Raçon y Ca, Calle de Erfurth 1, s/a), en Biblioteca Nacional de Colombia (BNC), Bogotá-Colombia, Fondo *Soledad Acosta de Samper* (SAS) 094, y *Catálogo de libros que se hallan de venta en la casa de Hipólito Pérez, Bogotá 1863-1864* (Bogotá: s/e, 1863), en BNC, Fondo *Miscelánea JAS* 1097.

27 *Catálogo de la Librería i Papelería de Manuel Gómez Calderón* (Bogotá: Imprenta de Gaitán, 1870), en BNC, SAS 090.

28 Sobre las molestias que causó esta operación, ver: Carta enviada por Ezequiel Uricoechea a Rufino J. Cuervo, 30 de diciembre de 1869: *Epistolario de Ezequiel Uricoechea con Rufino José Cuervo y Miguel Antonio Caro*, edición, introducción y notas de Mario Germán Romero (Bogotá: Instituto Caro y Cuervo, 1976), 15.

Más que un catálogo convencional, esta *Revista* publicó fragmentos y reseñas de varios de los títulos en venta, ya que, según su Prospecto, no había un mejor medio para hacerlos conocer que exhibiendo “su fisionomía espiritual, [...] su doctrina”<sup>29</sup>. Adicionalmente, la publicación relevó otro de los recursos exclusivos de la Librería Torres Caicedo: su fondo latinoamericano. Antes que cualquier otro librero, Pérez logró incorporarse a una red continental de canjes que le permitió ofrecer títulos originales de Chile, Argentina, Nicaragua y México. De entre estos, la conexión chilena fue particularmente importante. Establecida gracias a José Antonio Soffia, Ministro Plenipotenciario de Chile en Bogotá, quien contactó a Pérez con el librero santiaguino Roberto Miranda, esta relación derivó en una serie de intercambios que se prolongaron por más de una década. Tal movimiento permitió además la popularización en Colombia de títulos jurídicos chilenos como el compilado *Código civil ante la Universidad* (de 1871) y la *Exposición razonada y estudio comparativo del Código Civil Chileno* (de 1868) de Jacinto Chacón. Libros que, una vez agotados, tuvieron reediciones bogotanas en 1887 y 1895.

Como se verá, el aprovechamiento de estas conexiones otorgó a Pérez un reconocimiento continental, que le permitió idear nuevos proyectos y seguir distinguiendo su librería de las otras dos grandes iniciativas del período, las encabezadas por Miguel A. Caro y Salvador Camacho Roldán. Fundada en 1878, la Librería Americana surgió como una iniciativa conjunta entre Miguel A. Caro y Rufino J. Cuervo, este último radicado entonces en París. La correspondencia entre ambos aporta indicios sobre el origen del establecimiento, sobre sus vínculos internacionales y los géneros privilegiados. En primer lugar, los comienzos de esta librería aparecen ligados a la búsqueda por parte de la editorial neoyorkina Appleton & Co. de un distribuidor en Bogotá. Gracias a la intermediación de su cuñado Roberto de Narváez, Caro pudo convertirse en la primera opción de esta compañía. Un convenio entre las partes, acordado en 1878, hizo de la Librería Americana la agencia exclusiva de Appleton para Colombia<sup>30</sup>. Tal vínculo animó a Caro a ampliar sus conexiones, aprovechando para ello la estancia francesa de Cuervo, quien lograría también asociar a sus editores Roger & Chernoviz con la librería.

Aunque también abrieron lazos con libreros-editores españoles, como Montaner y Simón y Victoriano Suárez, la dupla Caro y Cuervo finalizaría en 1888 con la venta de la Librería a su otrora dependiente: José Vicente Concha<sup>31</sup>. Lejos de ser nocivo, el cambio produciría transformaciones notables en el establecimiento. En primer lugar, es bajo Concha que la Librería Americana emite sus primeros catálogos, tres de ellos consecutivos, entre 1889 y 1891, todos materiales que documentan las preferencias bibliográficas de sus primeros responsables y del mismo Concha, todos conservadores-católicos. En estos impresos, el orden de los libros resulta dicente de una coherencia entre perfil ideológico y oferta literaria. Los catálogos de 1889 y 1890, por ejemplo, privilegian como primera sección la de “Filosofía-Hagiología-Teología”, la cual es seguida por “Jurisprudencia”, categoría renombrada en 1891 como “Derecho, Ciencias Morales y Políticas”. Continúan las

29 Fernando Martínez Pedrosa, “Prospecto”, *Revista bibliográfica. Órgano de la Librería “Torres Caicedo”*, 15 de agosto [n.º 1], 1878, 3. Junto a esta *Revista*, el periódico *El Heraldo*, también propiedad de Lázaro M. Pérez, fue otro de los anunciadores de la Librería Torres Caicedo.

30 Este convenio fue transcrito por Mario Germán Romero en: *Epistolario de Rufino José Cuervo con Miguel Antonio Caro* (Bogotá: Instituto Caro y Cuervo, 1978), 5-6, cita 9.

31 “Mi arreglo con Concha”, explicaba Caro a Cuervo en junio de 1889, “se reduce a ponerle en relación con mis corresponsales, cediéndole las agencias que yo tenía, y dejándole en consignación mis libros, que vende mediante una comisión módica”, en Romero, *Epistolario de Rufino José Cuervo*, 193.

de “Literatura”, la más amplia en ambos catálogos, y después, las de “Biografía-Historia”, “Medicina” y “Obras didácticas”.

Un catálogo aparecido en 1891 dio cuenta, en cambio, de una nueva especialidad, la de los “Libros antiguos”. Único entre los catálogos colombianos del período, este ofertó 209 títulos, entre ellos una Biblia de 1765 y un volumen del *Semanario de la Nueva Granada* (1808-1810). Si bien no incluyó obras estrictamente antiguas —sólo diez títulos dieciochescos y el resto decimonónicos—, es probable que este catálogo buscara llamar la atención de un tipo especial de consumidores: aquellos coleccionistas europeos y norteamericanos que interactuaban con distintas bibliotecas nacionales, imperiales y universitarias en cuestiones de acopio bibliográfico.

En segundo lugar, la conducción de Concha implicó la incursión de la librería en el ramo editorial. Títulos jurídicos como *Elementos de pruebas judiciales extractados de las obras de Bonner Mittermaier* (de 1893) o una nueva edición del *Tratado de derecho penal y comentarios al código penal colombiano* (de 1896) se publicaron bajo su dirección y el signo de la Americana, sumándose a otros trabajos editados por la librería, como *Leyes reformativas de los códigos civil y judicial, de registro y de expropiaciones* (de 1891), *Nociones de prosodia latina* de Miguel Abadía Méndez (de 1893) y *Elementos de filosofía para uso de los colegios de segunda enseñanza* de Francisco Ginebra (de 1893)<sup>32</sup>.

Ahora bien, el salto cualitativo de la Americana hacia 1890 no lo explica únicamente el cambio de administración. El giro conservador que vivió el país con Rafael Núñez desde 1880, y que vio su cenit con la Constitución de 1886, redactada por Miguel A. Caro, había fijado nuevos derroteros culturales que favorecieron al establecimiento. La vuelta hacia España y su producción intelectual o la revaloración de la literatura católica y moralista fueron algunos de los criterios impulsados durante la Regeneración, y su eco en los catálogos de la Librería Americana es palpable. La consolidación de este espacio debió así mucho a su función “orgánica”, dentro de un régimen con el que compartía tanto gustos como liderazgos<sup>33</sup>.

De manera paralela, el cambio de régimen parece haber impulsado otras librerías, que, si bien no fueron tan próximas al poder, mostraban coherencia con las pautas que comenzaban a privilegiarse. Las librerías Barcelonesa y “El Mensajero” son dos casos resaltables. Fundada por Eduardo Boada en 1888, la Librería de “El Mensajero” fue un establecimiento católico dedicado a la difusión de devocionarios, catecismos y trabajos de apologistas como Louis Veuillot y José Selgas. Bajo la administración de Indalecio Landínez, la librería publicó catálogos en 1892 y 1898, siendo el segundo un material sobresaliente, lleno de ilustraciones asociadas a los cuentos y las historias sagradas que ofrecía para el público infantil. Este atributo gráfico, innovador e inexistente en otros catálogos, reflejó buenamente la sofisticación en la oferta de la edición católica<sup>34</sup>.

La Librería Barcelonesa, por su parte, inició operaciones en 1873, bajo la dirección del catalán Felipe N. Curriols, quien editó bajo este sello libros como *Estudios históricos sobre la Edad Media, y otros fragmentos* de Emilio Castelar (de 1875), *Lecturas públicas hechas en el Ateneo Científico y Literario de Madrid* de José Zorrilla (de 1877) y *Apuntes sobre bibliografía colombiana* de

32 *Boletín Bibliográfico. Órgano de la Imprenta de La Luz y la Librería Americana*, febrero [n.º 28 y 29], 1909, 113.

33 No sobra indicar que, décadas más tarde, “replicando” el itinerario de Miguel A. Caro, la Presidencia del país será alcanzada por José V. Concha.

34 Entre las colecciones que ofrecía estaban la “Biblioteca económica de la infancia”, dirigida por Joaquín Rubio y Ors, y la “Biblioteca Perla” del editor Saturnino Calleja.

Isidoro Laverde (de 1882)<sup>35</sup>. Su catálogo fue el boletín gratuito *El Obsequio. Órgano especial de la Librería Barcelonesa*, que, aparecido en 1887 y con un tiraje de 3.000 ejemplares, alcanzó los cinco números. Su prospecto fue reflejo del optimismo con el que Curriols observaba el nuevo contexto colombiano, pues en él celebraba la reactivación de las relaciones colombo-españolas y, más aún, la apertura de un centro de la Unión Ibero-americana en Bogotá, experimento asociativo corresponsal del espacio homónimo fundado en Madrid en 1885<sup>36</sup>.

En contraste con estos establecimientos, la Librería Colombiana de Camacho Roldán y Tamayo resaltará por el carácter menos parcializado de su oferta. Fundada en 1882 por Salvador Camacho Roldán, otrora Secretario de Hacienda y referente del Partido Liberal, y por el empresario Joaquín Tamayo, esta librería representó el espacio de difusión cultural ideal del liberalismo colombiano. Sus catálogos ofrecieron alternativas para todos los gustos, incluidos los conservadores. La diversificación en los géneros fue patente en los índices de cada catálogo. El publicado en 1887 se dividió en once secciones, entre las que destacaban: “Educación y Enseñanza”, “Geografía, Etnografía y Viajes”, “Jurisprudencia, Derecho, Ciencias Sociales y Filosofía” y “Ciencias Naturales y Medicina”. Los catálogos posteriores exhibieron divisiones aún mayores, al introducir categorías como “Minería”, “Pedagogía” o “Contabilidad”, o separar algunas preexistentes, como “Ciencias Naturales” de “Medicina” o “Mecánica” de “Matemáticas”<sup>37</sup>.

El catálogo de la Librería Colombiana muestra ya veintiuna secciones para 1889, y reportará treinta para 1895, evidenciando así su constante renovación. Tal multiplicación respondía también a la inclusión de nuevas categorías editoriales. El catálogo de 1889 dedicó, por ejemplo, una sección entera a las “Bibliotecas literarias y científicas”, elemento que denotó el peso que las colecciones habían alcanzado en el mercado, producto tanto de su formato seriado como de su precio uniforme. Colecciones francesas como la “Bibliothèque de auteurs célèbres” y la “Bibliothèque des merveilles” estuvieron entre las más anunciadas. Asimismo, el catálogo de 1895 anunció la “Biblioteca del Maestro” de Appleton, noticia que además indicó que la Colombiana era ahora la nueva agencia oficial de la casa neoyorkina<sup>38</sup>.

Todos los catálogos descritos ilustran adicionalmente la irrupción de nuevos vocabularios en el comercio librero. Cada uno incluyó, a su manera, “Advertencias” o “Condiciones” que expresaban a los clientes (profesionales, estudiantes, artesanos, mujeres) la forma de efectuar sus compras. Estos explicaban, por ejemplo, que todo pedido debía acompañarse de su importe para despacharse, que al valor de la compra debían sumarse franqueos o cargos por “recomendación”, o que podía haber descuentos al por mayor en pedidos desde los departamentos. Algunos catálogos rogaron, incluso, que todo pedido nacional señalara “la población, el Departamento, y aun la Provincia”, pues al existir distritos homónimos podían darse equivocaciones<sup>39</sup>.

En definitiva, para finales del siglo XIX, el paisaje del libro había cambiado. Los catálogos, la propaganda regular en la prensa, e incluso el cada vez más común manejo de sellos y etiquetas de distribución (*bookseller's labels*), revelan un momento de especialización librera que reconoce el valor

---

35 A lo largo de su itinerario, Curriols estuvo asociado con otro catalán de apellido Soldevilla y con Rafael Chávez.

36 *El Obsequio. Órgano especial de la Librería Barcelonesa de Felipe N. Curriols*, 8 de septiembre [n.º 1], 1887, 2-3.

37 *Catálogo de la Librería Colombiana* (Bogotá: Imprenta de La Luz, 1895), 170.

38 *Catálogo de la Librería Colombiana*, 17.

39 *Suplemento al Catálogo General de la Librería Colombiana* (Bogotá: Camacho Roldán y Tamayo, julio de 1897), 3-4.

de la distinción comercial y de la difusión de informaciones bibliográficas para ganar el mercado de lectores. La extensión del mercado era también otra. Como ha indicado Martyn Lyons, existe una relación directa entre la implantación —y el sostenimiento, debe agregarse— de una librería y la presencia de una población a la vez numerosa, densa y alfabetizada<sup>40</sup>. En la evolución local de este condicionante, conviene subrayar, la avanzada educativa del liberalismo resultó fundamental, pese a que la eclosión de los catálogos ocurriese durante el régimen que lo reemplazó.

Resta agregar aquí que si algo caracterizó a los más importantes libreros colombianos fue su pertenencia a las élites letradas y políticas. La Librería Americana tuvo en su conducción a tres futuros presidentes; la Colombiana, al jefe del Partido Liberal; la Torres Caicedo, a un jefe militar y futuro cónsul. Alineados con potencialidades económicas, estos rasgos facilitaron el asentamiento de las librerías y ayudan a explicar otras de sus mutaciones, como fueron sus saltos al ramo editorial. Como se verá ahora, el accionar de los libreros-editores implicó la implementación de nuevas modalidades de producción, propaganda y consumo literario, prácticas todas que marcaron una nueva etapa en la historia del comercio del libro en Colombia.

### 3. El librero-editor: un vistazo a dos experiencias

Las últimas décadas del siglo XIX atestiguaron la total normalización de la actividad librera. Ciudades como Medellín vieron transformar establecimientos como la casa comercial de Abraham Moreno, activa desde 1877, en una librería formal hacia fin de siglo. Santiago de Cali atestiguó un proceso similar con la aparición de las librerías de Ismael Hormaza y de los Hermanos González. Incluso Panamá, donde históricamente confluían varias casas de suscripción a publicaciones, vio emerger una librería formal hacia 1880, la Hispano-Colombiana de Y. Preciado<sup>41</sup>. Bogotá también presentó renovaciones. En 1886, por ejemplo, abre la Librería Popular de Federico de Guzmán con el eslogan “Centro de todas las publicaciones colombianas”, y dos establecimientos más se conforman hacia 1890: la Librería del Atrio de Julián Caro, quien compra el fondo dejado por la Barcelonesa a su cierre, y la Librería Nueva de Jorge Roa, otro político conservador, que aparece como sucesor de Manuel Pombo.

Esta transformación en la geografía cultural derivó en un ambiente más competitivo en torno al comercio librero. Para avanzar en este nuevo contexto, algunos libreros verán en la edición una alternativa interesante. Como antes se indicó, algunos establecimientos habían ya ensayado la edición de obras para fomentar sus conexiones, o bien para publicar los trabajos de sus responsables letrados. Por fuera de estos casos, dos proyectos editoriales resultaron dicentes de las capacidades alcanzadas por las librerías para finales del siglo: “Poetas hispano-americanos” de Lázaro M. Pérez y la “Biblioteca Popular” de Jorge Roa.

La aparición del primero de estos proyectos tuvo relación con dos factores. El primero concierne a las aficiones poéticas de Pérez, quien, pese a ser más reconocido por su trayectoria militar, había publicado composiciones desde su juventud. Pérez era, ciertamente, una representación

40 Martyn Lyons, *Le triomphe du livre. Une histoire sociologique de la lecture dans la France du XIXe siècle* (París: Promodis/Éditions du Cercle de la Librairie, 1987), 184.

41 Esta realidad era reconocida por Miguel A. Caro, quien en 1884 señaló a Rufino J. Cuervo: “En esta república hay tres ciudades con radio comercial en el ramo de librería: Bogotá, que abraza el interior, Medellín para el estado de Antioquia, y Panamá para transeúntes y el Pacífico”: Romero, *Epistolario de Rufino José Cuervo*, 124.

típica del político-letrado decimonónico. El segundo factor aparece más ligado a su Librería Torres Caicedo, exitosamente insertada en una red continental de librerías. Este segundo factor resultaría clave para su giro editorial, pues le permitió a Pérez no sólo sofisticar y distinguir su establecimiento bogotano, sino también conocer y acceder al mercado continental. Estos factores explican que “Poetas Hispano-americanos” tuviese una ambición internacional desde su lanzamiento en 1887. Pérez buscó reunir las mejores producciones poéticas de toda Hispanoamérica en una única compilación, la cual pudiese comerciarse a nivel continental, a través de los mismos canales de su convocatoria (la red de canjes), y por el impulso de una nueva empresa constituida para ello. Por todo lo que indica sobre este proyecto, se transcribe parcialmente su prospecto:

“En la Nueva Casa Editorial del señor Don José Joaquín Pérez, que quedará convenientemente establecida en todo el mes de Enero próximo, se hará, en edición esmerada y correcta, la publicación de lo más selecto y escogido de las producciones de los poetas de nuestro Continente. A cada uno de ellos, cuyas obras vamos a coleccionar, les consagraremos una o más entregas de 64 páginas, 8º francés, con un ligero boceto biográfico, su retrato y la firma autógrafa, si pudieran conseguirse. Interesados en que esta obra sea realmente un monumento de gloria erigido a la literatura hispano-americana, hemos solicitado, y obtenido, la colaboración de varios de nuestros mejores literatos, que han convenido en formar una Junta de Calificación, encargada de elegir, entre los trabajos que se reciban, aquellos que deban publicarse. Habitados a rendir al bello sexo respetuoso homenaje de cortesanía, destinaremos a las inspiradas damas que cultiven o hayan cultivado la gayería en nuestro Continente, el tomo primero de la colección correspondiente a cada nacionalidad; y será sólo respecto de ellas que haremos la galante y merecida excepción de publicar sus trabajos, aunque por su número no alcancen a ocupar las 64 páginas de cada entrega [...]”<sup>42</sup>.

Republicado en varios medios desde 1887, este prospecto exhibió las estrategias editoriales de Pérez. En primer lugar, se tiene un establecimiento que es fundado para consagrarse a la colección. Separada de la Librería Torres Caicedo, y administrada por su hijo José Joaquín Pérez Orrantía, la fundación de esta Casa fue expresiva de una decisión de destinar capitales económicos e intelectuales exclusivos al trabajo editorial. En segundo lugar, dedicar el primer tomo a las mujeres parece expresar, más allá de un acto de cortesanía, tanto una realidad sociocultural —el protagonismo autorral de la mujer en el mercado literario— como una comercial, pues, debido a su gradual aumento desde mediados del siglo, las lectoras bien podían conformar un primer público “objetivo”<sup>43</sup>.

Por fuera de lo transcrito, el prospecto detalló el tamaño que tendría la colección (setenta volúmenes de 500 páginas), su precio, las formas de suscripción y los lugares autorizados para hacerlo. En este último punto, la geografía que el proyecto involucró dio cuenta de más de treinta agencias, distribuidas entre América y Europa, y en la que resaltaban establecimientos localizados en París, Madrid y Barcelona, ciudades centrales de la edición en lengua española<sup>44</sup>. La contundencia del prospecto llamó, por supuesto, la atención de poetas de diversas latitudes, posicionando el

---

42 Jorge Pombo y Carlos Obregón, *Directorio general de Bogotá* (Bogotá: Casa Editorial de M. Rivas, 1887), s/p.

43 Pese a no disponer de otros indicios que enfatizen esta cuestión, lo claro es que la variable femenina ya no ocupaba un lugar marginal en ningún proyecto editorial.

44 En estas tres ciudades, los librerías Dufossé, Fe y Bastinos operaron como agentes. En América Latina, lo hicieron también Roberto Miranda, en Santiago de Chile; Barreiro y Ramos, en Montevideo; A. Bethencourt, en Curazao, y L. Jacobsen, en Buenos Aires.

nombre de Pérez en la poca diferenciada esfera de la edición continental. Como demuestran las cartas que se le dirigieron, este recibió manuscritos, autorizaciones y suscripciones desde ciudades como Buenos Aires, Quito, Durango y San José<sup>45</sup>.

Ahora bien, pese a la extensión de la red, a la publicidad y al prestigio construido, la empresa no tuvo ningún éxito. Primero, una enfermedad contraída por Pérez en 1889 hizo que la iniciativa desacelerara. Debido a la gravedad del episodio, este debió buscar un codirector para su colección, el cual halló en la figura de José Rivas Groot. En segundo lugar, el lanzamiento en 1890 del primer volumen de “Poetas Hispano-Americanos” no entregó los resultados esperados, teniendo dificultades para ser comercializado, incluso en México, país con el que la colección inició, según el plan editorial<sup>46</sup>. La inesperada muerte de Pérez en 1892, cuando viajaba a cumplir funciones de cónsul en Alemania, determinó el derrumbe definitivo del proyecto. Ningún otro volumen fue publicado después de este episodio, pues entre Rivas Groot y José Joaquín Pérez no hubo acuerdo para continuar una obra tan ambiciosa.

El fracaso de “Poetas Hispano-Americanos” permite subrayar dos elementos en torno a la experiencia librera colombiana. En primer lugar, se considera aquí que la sola formulación del proyecto manifiesta un proceso de mutación del oficio para finales del siglo XIX. Gracias a sus conexiones internacionales, Lázaro M. Pérez vio en la edición un ámbito que merecía ser explorado. La opción escogida fue una obra destinada a públicos letrados, en medio además de un clima de reencuentro cultural con España. Desde esta perspectiva, la idea lucía coherente y prometedora. Su fallida trayectoria subraya, sin embargo, la insuficiencia de estos factores, revelándonos los problemas que existían para introducirse en un mercado inestable y aún gobernado por las editoriales europeas. El brevísimo ciclo de esta colección delinea los límites de la internacionalización de las librerías colombianas, que, pese a sus cambios, todavía parecían funcionar mejor como intermediarias entre editoriales extranjeras y públicos locales, que como motores autónomos del espacio editorial.

Frente a esta afirmación, la segunda experiencia que se analiza resulta excepcional. Bautizada como “Biblioteca Popular”, y perteneciente a Jorge Roa (1858-1927) y su Librería Nueva, esta logró constituirse en la primera gran colección colombiana. Lanzada en 1893, la “Biblioteca Popular” cerró su ciclo de vida en 1910, con 178 títulos publicados. En consonancia con su título, cada ejemplar tuvo precios que lo hicieron asequible a todo aquel que contara con excedentes para consumir literatura. Hasta la década de 1890, cada número costaba 10 centavos, y cada agrupación de diez, que formaba un tomo, se vendía a 1 peso en rústica y 1,40 encuadernada. El bajo precio respondía, ciertamente, a una cuestión material. Cada volumen fue impreso en formato In-18 y en papel de calidad regular, un hecho que en parte explica el deterioro en el que hoy se encuentran algunos ejemplares. La “Biblioteca Popular” fue, entonces, una colección menuda y asequible, pero a la vez novedosa y singular en su tratamiento.

Aunque se desconocen las razones precisas que impulsaron a Roa a crear esta colección, todo indica que el papel desempeñado por su Librería Nueva como espacio de difusión de novedosa

45 Estas cartas se encuentran en: Biblioteca Luis Ángel Arango (BLAA), Bogotá-Colombia, Sala de Libros Raros y Manuscritos, Colecciones Particulares, Archivo Familiar de Lázaro María Pérez (AFLMP), Fondo *Correspondencia a Lázaro María Pérez*.

46 Todavía en 1896, un corresponsal mexicano informaba a José Joaquín Pérez que había sido imposible colocar ejemplares, por la resistencia de los libreros a un proyecto inconcluso. Ver: “Carta de Francisco de la Fuente Ruiz a José Joaquín Pérez”, 26 de octubre de 1896, en BLAA, Sala de Libros Raros y Manuscritos, Colecciones Particulares, AFLMP, *Correspondencia a Lázaro María Pérez*, doc. 810, ff. 1-2.

des literarias tuvo un peso importante. De acuerdo con Ignacio Rodríguez Guerrero, primer reseñador de la “Biblioteca Popular”, hombres como Fortunato Pereira recordaban a Roa como el primero en vender “los libros de forro amarillo de la última escuela francesa, Renán, Anatole France, Lemaitre y toda la de fino escepticismo”<sup>47</sup>. Por su parte, Enrique Santos, “Calibán”, recordó a la Librería Nueva como el lugar donde adquirió las obras de “Verlaine, Rimbaud, Mallarmé y demás iniciadores del simbolismo”<sup>48</sup>.

Para Laureano García Ortiz, esta atractiva oferta se debía a las conexiones francesas de Roa, que incluían aparentemente a editores como Félix Alcan, editor de Durkheim y de varias colecciones científico-filosóficas, y Alphonse Lemerre, este último famoso por usar tipos elzevirianos (popular tipografía creada en el siglo XVII) en sus colecciones<sup>49</sup>. Lejos de esta prolijidad, la “Biblioteca Popular” se destacó por reunir bajo un mismo esquema una gran variedad de títulos como *Casa de muñecas* de Ibsen, la *Selva negra* de Auerbach, los *Cuentos extraordinarios* de Poe o las *Rimas* de Bécquer, los cuales se intercalaban con obras de autores nacionales. Del total de títulos publicados, 68 fueron de autores colombianos, destacándose entre estos las obras históricas.

Tal complejidad advierte, a la vez, que la “Biblioteca Popular” no fue una iniciativa netamente individual. Roa debió acompañarse de otras figuras para fortalecer la presentación de las entregas, o bien para traducir aquellas obras escritas en otras lenguas. Además de José Camacho Carrizosa, quizás la figura intelectual más cercana a Roa, nombres como los de José Asunción Silva, Rafael Pombo, Ciro Urriola y Manuel Uribe Ángel estuvieron entre los contribuyentes a la empresa, siendo sus marcas en los títulos, a través de noticias literarias y biográficas, vitales en la promoción comercial y la validación literaria de cada entrega entre sus potenciales consumidores. La presentación de esta colección también pasó por su imagen, por sus portadas uniformes e informativas. Conocedor de las colecciones europeas, Roa trasplantó para la suya un modelo específico: el de la “Nouvelle Bibliothèque Populaire”. Perteneciente al editor católico Henri Gautier y la Librería Blériot de París, esta colección aportó el modelo iconográfico para una biblioteca que buscaba ser barata y llamativa al mismo tiempo.

Las similitudes entre las portadas de ambas bibliotecas son evidentes (ver la imagen 1). Desde la posición del precio, rodeada por una circunferencia que simula una moneda, hasta la referencia al editor resultan equivalentes. No obstante, es sobre todo la ornamentación el elemento más vinculante. Con la cinta entrelazando la orla vegetal, ambos editores expusieron la nomenclatura literaria de la colección, otorgándole al tiempo su sentido de unidad. La doble representación, en el caso colombiano, agrega, así, una distinción frente al modelo, justificada en la necesidad que tuvo Roa de indicar que su colección era tanto local como internacional.

La permanencia en el tiempo de esta colección expone un último aspecto en torno a las estrategias editoriales de Roa. Según Isabelle Olivero, una de las primeras prácticas de los editores frente a sus “bibliotecas” fue gestionarlas a la manera de un fondo editorial. Es decir, los editores de colecciones debían balancear sus títulos entre novedades y reimpressiones, debían saber enlazar la capacidad de renovar el conjunto con la posibilidad de que muchos títulos figurasen siempre en el catálogo<sup>50</sup>.

---

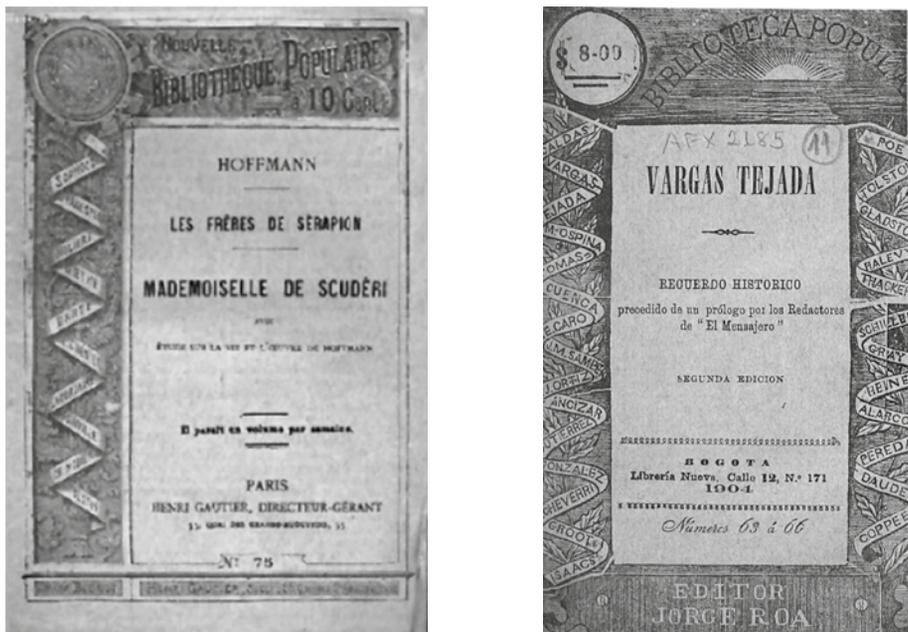
47 Ignacio Rodríguez Guerrero, “Libros colombianos raros y curiosos”. *Boletín Cultural y Bibliográfico* 9, n.º 1 (1966): 252.

48 Calibán, “Danza de las Horas”, *El Tiempo*, 20 de mayo [n.º 20.437], 1970.

49 Laureano García Ortiz, “Las viejas librerías de Bogotá”. *Boletín de Historia y Antigüedades* 33, n.º 385 (1946): 786.

50 Isabelle Olivero, *L'invention de la collection. De la diffusion de la littérature et des savoirs à la formation du citoyen au XIXe siècle* (París: Éditions de L'IMEC/Éditions de la Maison des sciences de l'Homme, 1999), 115-116.

**Imagen 1.** Portadas de la colecciones de Henri Gautier y Jorge Roa



**Fuente:** Theodor Amadeus Hoffmann, *Les frères de sérapión. Mademoiselle de scudéry* (París: Henri Gautier/Directeur-Gérant, 1888), y Luis Vargas Tejada, *Recuerdo histórico. Precedido de un prólogo por los Redactores de "El Mensajero"* (Bogotá: Librería Nueva, 1904), en BNF, *Microfiche M-7301 (82)* y BLAA, Sala de Libros Raros y Manuscritos, *Misceláneas 1263*, respectivamente.

A su manera, Roa aplicó estos criterios. En la década de 1890, varios de los primeros títulos publicados tuvieron reediciones. Entregas de 1893, por ejemplo, como *Escritos varios* de Antonio Nariño o *Discurso sobre la autonomía de Irlanda* de Gladstone, se reeditaron en 1897. Obras posteriores corrieron igual suerte, como *Discursos y proclamas* de Bolívar, que, original de 1895, se reeditó en 1899, o *Recuerdo histórico* de Vargas Tejada, que, publicada en 1894, reapareció en 1904<sup>51</sup>. Para 1909, año en que los últimos títulos aparecían, todos los demás seguían disponibles. Junto a los demás factores, esta administración garantizó el éxito de la “Biblioteca Popular”. A diferencia de “Poetas Hispano-Americanos”, las ambiciones sólo locales de esta colección, sus precios y su cierto equilibrio entre autorías nacionales y extranjeras sumaron para que fuera sostenible y quizá hasta rentable para su editor. Imitativa de los modelos franceses, la fórmula de Roa supo también aprovechar las mejoras del espacio tipográfico y el aumento de los lectores, dos fenómenos que, si bien estimulados en épocas liberales, fueron mejor aprovechados en el periplo conservador.

Finalmente, es posible argüir que Roa vio en los temas históricos una oportunidad comercial. Publicar títulos sobre la historia republicana y sus protagonistas durante el ciclo conmemorativo

51 Véanse: *Escritos varios del General Antonio Nariño. Tercera edición* (Bogotá: Librería Nueva, 1897 [1893]), Gladstone, *Discurso sobre la autonomía de Irlanda. Segunda edición* (Bogotá: Librería Nueva, 1897 [1893]), y Bolívar, *Discursos y proclamas. Segunda edición* (Bogotá: Librería Nueva, 1899 [1895]). Estas ediciones pueden consultarse en: BLAA, Sala de Libros Raros y Manuscritos, Colección Miscelánea.

iniciado en 1892, y cuya cumbre fue 1910 —el mismo período de vida de la colección—, no parece un esfuerzo casual. Se trató, ciertamente, de “popularizar” parte del pasado colombiano, pero también de explorar un género representado hasta entonces por pocas, costosas y monumentales obras.

## Conclusiones

Pese a su tardío comienzo, el comercio de las librerías en Colombia mostró una interesante evolución, una vez dadas las condiciones para su desarrollo. Como se pudo observar, gracias a los esfuerzos políticos y cívicos en torno a la educación, a la mayor atención estatal al mundo impreso y a una industria editorial europea atenta al mercado latinoamericano, varias librerías pudieron asentarse con seguridad hacia finales del régimen liberal. La presencia de los catálogos resulta ilustrativa de este fenómeno, así como del proceso de sofisticación que la actividad librera manifestaba. Entre 1863 y 1898 circularon, que se conozca hasta el momento en esta investigación, veintisiete catálogos de librerías nacionales, cuatro de ellos boletines periódicos, lo que sin duda evidencia la normalización de la actividad para la segunda mitad del siglo XIX.

La Guerra de los Mil Días (1899-1902) no detuvo los cambios. Quizá el más destacado se halla en la dinámica adquirida por iniciativas ajenas a Bogotá, que aprovechando los puertos marítimos lograron expandirse hacia el interior del país. Un ejemplo relevante lo brinda la Casa de José Vicente Mogollón, que, fundada como un taller de encuadernación en la Cartagena de comienzos del siglo XX, se convirtió en la mayor librería del Caribe colombiano y en una de las principales importadoras de maquinaria tipográfica, gracias a sus alianzas con la Sociedad Augusta de Turín<sup>52</sup>.

Con todo, resta mucho por saber sobre las librerías colombianas. Se desconocen aún sus estrategias de expansión, sus dinámicas como espacios de sociabilidad o sus posibles instancias de cooperación. El peso de los puntos de venta informal en la difusión del libro es otro asunto inexplorado. La ausencia de estadísticas comerciales impide igualmente poder dimensionar los ritmos del consumo bibliográfico. Sólo los catálogos logran orientarnos parcialmente sobre los gustos lectores, al ilustrar la continuidad de la oferta religiosa o al mostrar la irrupción de nuevos géneros o tipologías como las colecciones de pequeño formato.

Existen además otros problemas, que esta investigación sólo pudo señalar. Según se mostró, el gremio librero colombiano fue, pese a sus límites, políticamente poderoso. Sus responsables ocuparon altos cargos públicos, e incluso algunos la Presidencia del país. La historiografía colombiana ya ha subrayado las relaciones entre poder y escritura durante el siglo XIX<sup>53</sup>. Es claro que el dominio del saber gramático intervino en las disputas políticas, llegando a ser relevado como una de las capacidades necesarias para legislar y gobernar. José María Rodríguez García demostró además

---

52 Los catálogos de Mogollón fueron además expresivos de renovaciones en la oferta, al comerciar colecciones como la “Biblioteca de los pequeños grandes libros” de la editorial barcelonesa Presa, que incluía autores representativos de las corrientes libertarias europeas como Kropotkine, Jaurés y Bakunin, infrecuentes en los catálogos decimonónicos.

53 Véanse: Diego Montaña Cuéllar, *Colombia: país formal y país real* (Buenos Aires: Editorial Platina, 1963), 7-28; y Malcolm Deas, “Miguel Antonio Caro y amigos: Gramática y poder en Colombia”, en *Del poder y la gramática y otros ensayos sobre historia, política y literatura colombianas* (Bogotá: Taurus, 2006 [1993]), 27-61.

que dicha relación se representó también en prácticas de traducción parcializadas de literatura histórica y jurídica, que sumaron a la legitimación de la élite conservadora durante la Regeneración<sup>54</sup>.

Ahora bien, esta relación poder-escritura también se trasladó a la administración de los bienes culturales, a la organización del conocimiento en catálogos y a la oferta orientada de bibliografía específica. El manejo de las librerías puede entenderse entonces como una expresión más de las luchas por la autoridad cultural y la legitimidad política. No es anecdótico que librerías como la Torres Caicedo o la Americana fuesen encabezadas por políticos conservadores. Junto al conocimiento gramático y el ejercicio traductor, el control comercial del libro contribuyó a la legitimidad del letrado como agente rector, reafirmando con ello el fuerte enganche entre poder y trabajo intelectual en Colombia.

Debe concluirse, empero, que los síntomas de organización del mercado literario hicieron de las librerías espacios menos controlables en su dimensión difusora. Como muestran los casos de Pérez o de Roa, las obras que ofrecieron no se ajustaron a los gustos del elenco político que representaban. Su función aduanera respondió a lógicas de consumo que sopesaban la redituable venta de clásicos con la de autores y títulos novedosos, en varios casos distantes de los ideales culturales del régimen. Una contradicción rondó pues por varias librerías colombianas, contradicción que fue vital para su mantenimiento como iniciativas comerciales durante el contexto político-cultural, como la instrucción pública o la libertad de imprenta.

## Bibliografía

### Fuentes primarias

#### Archivos:

1. Biblioteca Luis Ángel Arango (BLAA), Bogotá-Colombia. Sala de Libros Raros y Manuscritos, Misceláneas; Colecciones Particulares, Archivo Familiar de Lázaro María Pérez (AFLMP), Fondo *Correspondencia a Lázaro María Pérez*.
2. Biblioteca Nacional de Colombia (BNC), Bogotá-Colombia. Fondos: *Miscelánea (JAS)* y *Soledad Acosta de Samper (SAS)*.
3. Bibliothèque Nationale de France (BNF), París-Francia. Fondo Q10.

#### Publicaciones periódicas:

4. *Boletín Bibliográfico. Órgano de la Imprenta de La Luz y la Librería Americana*. Bogotá, 1909.
5. *El Catolicismo*. Bogotá, 1856.
6. *El Día*. Bogotá, 1851.
7. *El Obsequio. Órgano especial de la Librería Barcelonesa de Felipe N. Curriols*. Bogotá, 1887.
8. *El Pasatiempo*. Bogotá, 1851, 1852, 1854.
9. *El Tiempo*. Bogotá, 1970.
10. *Gaceta Oficial*. Bogotá, 1857.
11. *Revista bibliográfica. Órgano de la Librería "Torres Caicedo"*. Bogotá, 1878.

---

54 José María Rodríguez García, *The City of Translation. Poetry and Ideology in Nineteenth-Century Colombia* (Nueva York: Palgrave Macmillan, 2010), 1-23.

### Documentación primaria impresa:

12. *Análisis del socialismo y exposición clara, metódica e imparcial de los principales socialistas antiguos y modernos y con especialidad los de San-Simon, Fourier, Owen, P. Leroux y Proudhon, según los mejores autores que han tratado esta materia tales como Reybaud, Guepin, Villegardelle, etc.* París: Imprenta de J. Claye y Cía, calle de San Benito, n.º 7/Bogotá: Librería S. Simonnot, 1852.
13. *Catálogo de libros que se hallan de venta en la casa de Hipólito Pérez, Bogotá 1863-1864.* Bogotá: s. e., 1863.
14. *Catálogo de libros selectos de Rosa & Bouret que se hallan a la venta en la Librería de R. Mogollón Guzmán.* París: Imprenta de Simon Raçon y Ca, Calle de Erfurth 1, s/a.
15. *Catálogo general de la Librería Torres Caicedo. Propietarios L. M. Pérez e Hijo.* Bogotá: Casa editorial de J. J. Pérez, 1894.
16. *Epistolario de Ezequiel Uricoechea con Rufino José Cuervo y Miguel Antonio Caro.* Edición, introducción y notas por Mario Germán Romero. Bogotá: Instituto Caro y Cuervo, 1976.
17. *Epistolario de Rufino José Cuervo con Miguel Antonio Caro.* Bogotá: Instituto Caro y Cuervo, 1978.
18. García Ortiz, Laureano. "Las viejas librerías de Bogotá". *Boletín de Historia y Antigüedades* 33, n.º 385 (1946): 765-788.
19. Hoffmann, Theodor Amadeus. *Les frères de sérapión. Mademoiselle de Scudéri.* París: Henri Gautier/Directeur-Gérant, 1888.
20. Parra, Aquileo. *Memoria del Secretario de Hacienda i Fomento dirigida al Presidente de la República para el Congreso de 1874.* Bogotá: Imprenta de Gaitán, 1874.
21. Pombo, Jorge y Carlos Obregón. *Directorio general de Bogotá.* Bogotá: Casa Editorial de M. Rivas, 1887.
22. *Realización en baratura de la Librería de R. Morel.* Valparaíso: Imprenta del Comercio, 1857.
23. Samper, Miguel. *Memoria del Secretario de Hacienda i Fomento al ciudadano presidente de la Unión, para el Congreso Federal de 1869.* Bogotá: Imprenta de la Nación, 1869.
24. *Suplemento al Catálogo General de la Librería Colombiana.* Bogotá: Camacho Roldán y Tamayo, julio de 1897.
25. Vergara, J. M. i J. B. Gaitán. *Almanaque de Bogotá i guía de forasteros.* Bogotá: Imprenta de Gaitán, 1866.

### Fuentes secundarias

26. Acevedo P., Rafael E. "Hombres de letras en la provincia. Producción y comercio de libros en la República de Colombia, 1821-1874". *Anuario Colombiano de Historia Social y de la Cultura* 43, n.º 1 (2016): 93-133 doi: doi.dx.org/10.15446/achsc.v43n1.55066
27. Barbier, Frédéric. "Le commerce international de la librairie française au XIXe siècle (1815-1913)". *Revue d'histoire moderne et contemporaine* 28-1, n.º 1 (1981): 94-117.
28. Charon, Annie y Élisabeth Parinet, editores. *Les ventes de livres et leurs catalogues. XVIIe-XXe siècle.* París: École des chartres "Études et rencontres de l'École des chartres 5", 2000.
29. Cooper-Richet, Diana. "París y los ambos mundos: une capitale au cœur du dispositif de production et de mise en circulation de livres et de journaux, en espagnol, au XIXe siècle". *Cahiers des Amériques latines* n.º 72-73 (2013): 201-220, doi: dx.doi.org/10.4000/cal.2895
30. De Certeau, Michel. "La producción de los consumidores". En *La invención de lo cotidiano. I Artes de hacer.* México: Universidad Iberoamérica/Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, 2000 [1996], XLII-XLVIII.
31. De Santiago Gómez, Arnulfo Uriel. "Edition et librairie françaises au Mexique au XIXe siècle". *Nuevo Mundo Mundos Nuevos* (2009): s/p, doi: doi.dx.org/10.4000/nuevomundo.55686

32. Deaecto, Marisa Midori. *O Império dos livros: Instituições e práticas de leitura na São Paulo oitocentista*. São Paulo: Edusp, 2011.
33. Deas, Malcolm. "Miguel Antonio Caro y amigos: Gramática y poder en Colombia". En *Del poder y la gramática y otros ensayos sobre historia, política y literatura colombianas*. Bogotá: Taurus, 2006 [1993], 27-61.
34. Fernández, Pura. "El monopolio del mercado internacional de impresos en castellano en el siglo XIX: Francia, España y 'la ruta' de Hispanoamérica". *Bulletin Hispanique* 100, n.º 1 (1998): 165-190, doi: dx.doi.org/10.3406/hispa.1998.4964
35. Helg, Aline. *La educación en Colombia, 1918-1957. Una historia social, política y económica*. Bogotá: Fondo Editorial CEREC, 1987.
36. Loaiza, Gilberto. "La expansión del mundo del libro durante la ofensiva reformista liberal. Colombia 1845-1886". En *Independencia, independencias y espacios culturales. Diálogos de historia y literatura*, editados por Carmen Elisa Acosta, César Augusto Ayala y Héctor Cruz. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, 2009, 25-64.
37. Lyons, Martyn. *Le triomphe du livre. Une histoire sociologique de la lecture dans la France du XIXe siècle*. París: Promodis/Éditions du Cercle de la Librairie, 1987.
38. Mayor Mora, Alberto y Elber Berdugo. "Aproximación histórica, aportes a la cultura y caracterización de los libreros y su oficio". *Grafía* n.º 7 (2010): 169-189.
39. Mollier, Jean-Yves. *L'argent et les lettres. Histoire du capitalisme d'édition 1880-1920*. París: Fayard, 1988.
40. Mollier, Jean-Yves, editor. *Le commerce de la librairie en France au XIXe siècle 1789-1914*. París: Institut Mémoires de l'édition contemporaine/Maison des sciences de l'Homme, 1997.
41. Montaña Cuéllar, Diego. *Colombia: país formal y país real*. Buenos Aires: Editorial Platina, 1963, 7-28.
42. Muñoz, Fernanda. "Alcances y límites de la institucionalización del proyecto educativo radical en el Estado Soberano del Cauca, 1870-1885". *Anuario Colombiano de Historia Social y de la Cultura* 40, n.º 2 (2013): 115-143.
43. Olivero, Isabelle. *L'invention de la collection. De la diffusion de la littérature et des savoirs à la formation du citoyen au XIXe siècle*. París: Éditions de L'IMEC/Éditions de la Maison des sciences de l'Homme, 1999.
44. Parada, Alejandro. *Cuando los lectores nos susurran: libros, lecturas, bibliotecas, sociedad y prácticas editoriales en la Argentina*. Buenos Aires: Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires, 2007.
45. Pérez, Amada Carolina y Max S. Hering, editores. *Historia cultural desde Colombia: categorías y debates*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia/Pontificia Universidad Javeriana/Universidad de los Andes, 2012.
46. Raven, James. *Bookscape: Geographies of Printing and Publishing in London before 1800*. Londres: British Library, 2014.
47. Rodríguez García, Juan María. *The City of Translation. Poetry and Ideology in Nineteenth-Century Colombia*. Nueva York: Palgrave Macmillan, 2010.
48. Rodríguez Guerrero, Ignacio. "Libros colombianos raros y curiosos". *Boletín Cultural y Bibliográfico* 9, n.º 1 (1966): 250-260.
49. Rueda Ramírez, Pedro. *Negocio e intercambio cultural: El comercio de libros con América en la Carrera de Indias (siglo XVII)*. Sevilla: Universidad/Diputación de Sevilla/Escuela de Estudios Hispano-Americanos, 2005.
50. Suárez de la Torre, Laura, coordinadora. *Constructores de un cambio cultural: impresores-editores y libreros en la ciudad de México 1830-1855*. México: Instituto Mora, 2003.



### **Juan David Murillo Sandoval**

Candidato a Doctor en Historia por la Pontificia Universidad Católica de Chile. Historiador por la Universidad del Valle (Colombia) y Magíster en Historia del Mundo Hispánico de la Universitat Jaume I (España). Integrante del grupo de investigación *Nación-Cultura-Memoria* (Categoría B en Colciencias). Sus líneas de investigación abarcan la historia del libro y la historia intelectual latinoamericana. Es coautor de *Historia de la edición en Colombia, 1738-1851* (Bogotá: Instituto Caro y Cuervo, 2017) y autor de los artículos: “La confección del *Diccionario biográfico obrero de Chile*. Cultura impresa y sociabilidad obrera a comienzos del siglo XX” . *Iberoamericana* n.º 62 (2016): 107-129; y “El Estado como librero. Políticas oficiales y cultura impresa en Colombia, 1821-1886”, en *Minúscula y plural: cultura escrita en Colombia*, coordinado por Alfonso Rubio Hernandez (Medellín: La Carreta, 2016), 271-302. [jdmurillo@uc.cl](mailto:jdmurillo@uc.cl)