

El tipógrafo Oscar B. Mengen en Argentina. Sus relaciones profesionales en la emergente industria del libro (1880-1930)

ANNIKA HARTMANN

Ibero-Amerikanisches Institut Preussischer Kulturbesitz, Berlin
(Instituto Ibero-Americano, Fundación Patrimonio Cultural Prusiano, Berlín)

La investigación histórica sobre la migración alemana a Argentina se ha centrado a menudo en aquellos actores que fueron conocidos a ambos lados del Atlántico y que dejaron huellas visibles en la vida social, económica y política de Argentina. Entre ellos se contaban científicos alemanes (cf. Carreras 2011, 2010, 2008), empresarios de éxito como los editores Peuser y Kraft (cf. Diego 2011) y socialistas alemanes¹.

Sin embargo, cada vez más salen a la luz personas menos asociadas con los procesos de producción de conocimiento, incluidas las mujeres y los niños². El presente artículo retoma este tema examinando la trayectoria profesional en Buenos Aires de Oscar B. Mengen³, natural de Brunswick⁴. Mengen, un tipógrafo de profesión que emigró a Argentina a fines de la década de 1880 y poco después fundó allí su propia pequeña empresa, representa al grupo de trabajadores manuales, pequeños empresarios y comerciantes, así como a los empleados que pueden clasificarse como pertenecientes a la clase media (cf. Saint Sauveur-Henn 2010: 32). Aunque la mayoría de

¹ Para poner de manifiesto las estructuras patriarcales de la sociedad del siglo XIX, se utiliza la forma masculina para los grupos en los que no se conocen mujeres. En el original alemán se utiliza un lenguaje con sensibilidad de género. Los *Cuadernos del Archivo* no adoptaron el “lenguaje inclusivo” y por ende se desglosa en esta traducción la pertenencia a uno y otro género.

² Esta es la convocatoria del congreso *German Migrants and Migrating Knowledge in Latin American History*, organizado por el Instituto Histórico Alemán de Washington, que tendrá lugar en noviembre de 2022 (GHI 2021). El Dossier n° 4 de la serie *Cuadernos del Archivo* (Rohland 2018), que recoge la historia de siete mujeres que emigraron a Argentina, ya va en esa dirección.

³ A continuación, se omitirá el nombre completo y se utilizará el apellido Mengen. Se hacen excepciones cuando los miembros de la empresa y de la familia se mencionan también por sus nombres completos. Por lo demás, el apellido se refiere siempre a Oscar B. Mengen. Aún no se sabe con certeza qué nombre representa la “B”.

⁴ La autora agradece al Centro DIHA, en particular a Regula Rohland de Langbehn, Roberto Liebenthal y Monica Bader, por su comprometido apoyo y asesoramiento en la investigación de la familia Mengen.

los germanoparlantes que emigraron a Argentina pertenecían a ese grupo, los miembros de la clase media han sido poco investigados hasta ahora. Por supuesto, este grupo no era homogéneo, sino que se caracterizaba por sus diversas historias de vida y de migración. Con Mngen, focalizaremos en la “industria del libro y profesiones afines”⁵.

El objetivo de este artículo es profundizar en las “diversas geografías sociales” (Lüthi 2018) de los tipógrafos e impresores de libros de habla alemana en Argentina. Por un lado, se pretende prestar más atención a la categoría analítica de clase o condición social. Por otro lado, las cuestiones relativas al “origen étnico”⁶ también desempeñarán aquí un papel importante. Las personas que vivían en Argentina eran a menudo multilingües, participaban en procesos de intercambio con otros grupos no germanoparlantes y, debido a sus diferentes historias de migración, intereses y afiliaciones religiosas, sociales y políticas, no constituían una “comunidad alemana”⁷ homogénea y cohesionada, aunque a menudo se las percibiera como tal (cf. Saint Sauveur-Henn 2010: 51; cf. Carreras 2008: 64). Estas observaciones no excluyen la posibilidad de que algunos contemporáneos se vieran a sí mismos como miembros de una “comunidad alemana” o trataran de promover dicha comunidad fundando escuelas, periódicos o instituciones asistenciales (cf. Bryce 2018: 5). Asimismo, las redes de bancos, transportes y comunicaciones o empresas alemanas ofrecían en ocasiones importantes ventajas para las y los inmigrantes alemanes (cf. GHI 2021). Como señala Benjamin Bryce, esto solía dar lugar a heterogéneas redes de relaciones con visiones plurales de pertenencia, que a veces, aunque no siempre, discurrían por líneas étnicas (cf. Bryce 2018: 1). ¿Qué importancia tuvieron las redes de habla alemana para Oscar B. Mngen? ¿Con qué personas, empresas e instituciones estaba en contacto y qué margen de maniobra le dieron estas conexiones a él y a los demás? A tales preguntas pretende dar respuesta la presente contribución microhistórica, que combina aspectos de la historia del conocimiento, de las migraciones y de las empresas.

Las huellas de Oscar B. Mngen no son fáciles de rastrear debido a la falta de documentos (auto)biográficos que puedan consultarse para su análisis. En este caso, sin embargo, un documento autobiográfico especial, un álbum de fotos privado⁸ de la familia Mngen del año 1895, llamó la

⁵ Los tipógrafos alemanes en Argentina denominaron a su asociación de representación de intereses, fundada en 1889, “Genossenschaft des Buchgewerbes und verwandter Berufszweige” (Cooperativa de la Industria del Libro y Profesiones Afines; cf. Genossenschaft 1929: 11; cf. Ferrer 2008: 101).

⁶ La etnia no se entiende aquí como identidad nacional o incluso biológica, sino como una identificación de grupo, formas de ciudadanía, un sentimiento de pertenencia que es negociable. La pertenencia étnica, por tanto, no debe entenderse de ninguna manera como algo estático (Bryce 2018: 7).

⁷ La autora agradece a Sandra Carreras por la valiosa información sobre este tema, en particular sobre el movimiento sindical de tipógrafos/impresores y sus indicaciones acerca de la dificultad del término “comunidad alemana”, que sugiere una unidad que no es históricamente verificable. Dado que hasta ahora no existe un término adecuado, se seguirá utilizando “comunidad alemana” en este artículo.

⁸ También se creó una exposición virtual de este álbum fotográfico, adquirido por el Instituto Iberoamericano en 2019, publicado por la Biblioteca Digital Alemana en 2021: <https://ausstellungen-red.deutsche-digitale-bibliothek.de/fotoalbum-iai>

atención de la autora sobre el tipógrafo. Este álbum constituyó el punto de partida para posteriores investigaciones sobre la familia Mengen, llevadas a cabo en el marco de la formación profesional para bibliotecaria científica realizada por la autora de este artículo en el Instituto Ibero-Americano del Patrimonio Prusiano (Ibero-Amerikanisches Institut Preußischer Kulturbesitz Berlin, IAI), de 2018 a 2020. Por lo tanto, este artículo se basa principalmente en fuentes impresas contemporáneas de los fondos del IAI, en el análisis de las publicaciones impresas por Fessel y Mengen así como en fuentes de libre acceso digital. Se trata de un trabajo en curso que se continuará desarrollando.

El presente artículo sigue un orden temático-cronológico y se divide en cuatro secciones: la primera sección se centra en la llegada de Oscar B. Mengen a Buenos Aires, mientras que la segunda parte enfoca la fundación del negocio “Papelería Fessel & Mengen” en el contexto del mercado del libro que estaba consolidándose en Argentina. La tercera sección trata sobre la importancia de las redes en lengua alemana para el desarrollo de la “papelería” antes de que en la cuarta sección se examine la participación de Fessel & Mengen en la emergente industria de las artes gráficas en Argentina.

De Brunswick a Buenos Aires: un tipógrafo viaja a Argentina

El 6 de enero de 1888, Oscar B. Mengen, de 25 años, se embarcó en el vapor Pernambuco de la Sociedad de Vapores Hamburgo-Sudamericana, que salió del puerto de Hamburgo el 6 de enero de 1888 hacia la capital argentina Buenos Aires⁹. En las listas de pasajeros, Mengen, nacido 1863 en Brunswick, declaró que su profesión era la de “tipógrafo”, un oficio que hoy se ha extinguido por completo, pero que en el siglo XIX era una de las formaciones profesionales más tradicionales y gozaba de gran popularidad.

Este oficio, realizado principalmente por hombres hasta bien entrado el siglo XX, consistía en seleccionar las letras y los tipos móviles de los compartimentos de las cajas tipográficas y ensamblar la composición necesaria para la impresión. La fundición de tipos se subcontrataba, mientras que el tipógrafo y el impresor estaban unidos tanto técnica como espacialmente (cf. Schmitt 1990: 31). Los tipógrafos tenían que saber leer y escribir; debido a su larga tradición elitista no se sentían como pertenecientes a la nueva clase obrera que surgió durante la industrialización y se distinguían de otros trabajadores por el vocabulario técnico y las costumbres, por lo cual se los solía llamar “proletarios de cuello blanco” (Beinert 2018: nota 5). Mientras que la industria de la impresión en general experimentó cambios radicales en el siglo XIX con la mecanización, la especificación y la economización de los procesos de trabajo y producción, poco cambió en la actividad propiamente dicha del proceso de composición tipográfica. No fue sino hasta

⁹ Archivo Estatal de Hamburgo. Listas de pasajeros de Hamburgo, 1850-1934 para Oscar Mengen, 1880-1889, volumen 060 (4 de enero de 1888-30 de abril de 1888).

finales del siglo XIX que se generalizaron las máquinas componedoras operadas por “linotipistas”, lo que permitió acelerar el proceso de composición. En lo sucesivo esta tarea siguió estando en manos de los tipógrafos, a los cuales en el siglo XIX se sumaron cada vez más personas de las clases bajas y medias de la sociedad (cf. Beinert 2018).

No es fácil evaluar cómo se estaba configurando el mercado laboral de los tipógrafos en el momento en que Megen salió de Alemania. Hacía mucho tiempo que eran demandados como trabajadores cualificados, ya que solo se podía hacer frente al gran aumento de la producción de libros y revistas con un gran número de tipógrafos (cf. Schmitt 1990: 34). En general, sin embargo, se ha enfatizado respecto del siglo XIX que la industrialización y el crecimiento demográfico llevaron a una desintegración de la estructura social y a la disminución de las oportunidades de empleo y de los salarios, lo que aceleró la emigración del noreste de Alemania (cf. Bade 2005: 158-166). Queda por ver si fue la búsqueda infructuosa de empleo o la caída de los salarios lo que animó a Megen a abandonar el país. Una emigración por razones políticas, como en el caso de los socialistas alemanes, parece improbable en vista de la vida posterior de Megen en Argentina. Al menos no es posible encontrar conexiones entre él y asociaciones socialistas, como el *Vorwärts* (cf. Carreras 2008). Por otra parte, es más probable que en una época en la que los oficios manuales se caracterizaban por una falta generalizada de perspectivas, Megen buscara en la emigración el progreso económico. La mejora de los medios de transporte hizo que la migración no solo resultara más barata, sino que se convirtiera en una alternativa casi cotidiana en la década de 1880 (cf. Bade 2005: 163).

Megen puede definirse como un “emigrante medio de habla alemana” a Argentina: era varón, trabajador manual, podía considerarse de clase media baja debido a la alfabetización requerida para su profesión, emigró solo, sin familia y, al igual que cerca de un tercio de la totalidad de los inmigrantes alemanes, eligió Buenos Aires como su nuevo hogar (cf. Saint Sauveur-Henn 2010: 31s.). Además, se fue de su país durante la fase más fuerte de la emigración alemana en el siglo XIX: 1,8 millones de personas abandonaron el Imperio Alemán en la década de 1880. Muchos fueron a Estados Unidos de América y también a Argentina, que registró el mayor número de inmigrantes alemanes en esa década (cf. Carreras 2008: 63).

Inmigrantes de habla alemana en el emergente mercado del libro en Argentina

Personas llegadas de países extranjeros tuvieron un papel decisivo en el “surgimiento de un mercado editorial” en Buenos Aires (Diego 2011: 223). Este emergente mercado del libro, que incluía imprentas, fábricas de litografías, editoriales y empresas de encuadernación, ofrecía a los inmigrantes de habla alemana, además de la industria cervecera y del transporte, un medio de vida y, en ocasiones, rápidos ascensos profesionales.

Según José Luis Diego, dos factores fueron determinantes para que los emigrantes alemanes lograran afianzarse en la industria argentina del libro y alcanzar rápidamente el éxito económico. En primer lugar, desde mediados del siglo XIX se desarrolló en Argentina un mercado comercial del libro en el que cada vez más personas podían participar a medida que crecía la alfabetización, lo que a su vez impulsó la producción de libros, revistas y periódicos (Diego 2011: 223). La tasa de alfabetización era particularmente alta entre los inmigrantes alemanes, incluso entre los obreros y empleados (cf. Saint Sauveur-Henn 2017: 19). En segundo lugar, algunos integrantes de dicho grupo poseían conocimientos específicos sobre técnicas de impresión y composición tipográfica (Diego 2011: 225). Otra peculiaridad, según Diego, consistió en que los inmigrantes alemanes que trabajaban en esa actividad se “argentinizaron” rápidamente, en parte porque hasta finales del siglo XIX el público lector de habla alemana, con casi 17.000 personas, era bastante reducido en comparación con la inmigración de habla italiana (*id.*).

Entre los impresores alemanes más conocidos se encontraban Guillermo Kraft y Jacobo Peuser, quienes habían emigrado a Argentina a mediados del siglo XIX y, en 1864 y 1867 respectivamente, habían fundado allí sus propias editoriales e imprentas. Junto con otras compañías de impresión y editoriales, como los talleres más activos en Buenos Aires de Pablo Coni y Martín Biedma, las casas de Kraft y Peuser marcaron el inicio de un mercado comercial, localizado, del libro en Buenos Aires (cf. Román 2016: 9). Sin duda, Peuser y Kraft se convirtieron rápidamente en grandes protagonistas de este sector, pero no fueron las únicas figuras germanohablantes. En el *Jahrbuch und Adresskalender* (Anuario y Agenda de Direcciones) de 1884 y 1886 se enumeraban algunos otros establecimientos con participación alemana para las “colonias alemanas en el Río de la Plata” (cf. Bachmann 1884: 19). Solían instalar sus negocios en el centro de la ciudad de Buenos Aires, no lejos de la Plaza de Mayo, en el actual barrio de San Nicolás. Entre la avenida Rivadavia y la avenida Corrientes no solo estaba la “esquina de Peuser” (Diego 2011: 226), sino también otras imprentas y editoriales de propietarios alemanes, incluida la empresa litográfica de Stiller & Laass, R. Lange o Alb. Larsch (cf. Bachmann 1884: 19).

Estas imprentas, así como las “dinastías periodísticas” de Hermann Tjarks y Juan Alemann, que, con el *Deutsche La Plata-Zeitung* y el *Argentinisches Tageblatt*, entre otros, imprimían los principales diarios para un público de habla alemana¹⁰, eran a su vez importantes empleadores para los trabajadores de habla alemana de la industria del libro, incluidos los impresores de libros y litografías, litógrafos, tipógrafos, cajistas a mano y a máquina, y encuadernadores. Al parecer, el número de tipógrafos alemanes en el país creció con rapidez: en 1879 había 11 tipógrafos alemanes registrados en un censo de la ciudad de Buenos Aires (cf. Ferrer 2008: 100), y en 1884 ya había seis tipógrafos trabajando solo en la empresa periodística de Hermann Tjarks (cf. Bachmann 1884: 94). El rápido aumento del número

¹⁰ Además de estos grandes periódicos, a finales del siglo XIX hubo multitud de iniciativas y estímulos en el sector periodístico en lengua alemana (Rohland de Langbehn 2017).

de “auxiliares de imprenta” de habla alemana en la industria argentina del libro también se refleja en el hecho de que “38 colegas, como correctores, tipógrafos, [...] litógrafos, encuadernadores, fundidores de tipos, impresores de cobre y libreros” fundaran el 18 de agosto de 1889 la primera asociación profesional nacional en esta área, la alemana “*Genossenschaft des Buchgewerbes und verwandter Berufszweige*”¹¹ (Genossenschaft 1929: 11; Ferrer 2008: 101).

Queda por ver si los pioneros de origen alemán Kraft, Peuser o Laass & Stiller reclutaron trabajadores en Alemania para sus empresas a través de agentes de emigración. En las publicaciones de este gremio o en los periódicos de la emigración, una muestra aleatoria no ha encontrado hasta ahora ningún anuncio de este tipo, sino solo la referencia general de que trabajadores “de toda clase” encontraban en Argentina “empleos dignos en la ciudad misma o en el campo” (“Argentinien” 1870: 107). Teniendo en cuenta que tanto Kraft como Mngen provenían de Brunswick (cf. Costa 2016: 1), es muy posible que Kraft mantuviera contactos con Brunswick y que, a través de redes específicas de la profesión, Mngen haya recibido información sobre el rápido progreso de Peuser o de Kraft, lo que le animó a marcharse a Argentina.

No está claro cómo fueron los primeros años de Mngen en Argentina, dónde se alojó ni dónde encontró empleo inicialmente. Quizás trabajó primero en la “*Lithographische Anstalt*” (establecimiento litográfico) de Guillermo Kraft & Cía., donde también estaba ocupado como tipógrafo su futuro socio comercial, Franz (Francisco) Fessel, nacido en 1853 y diez años mayor que él (cf. Bachmann 1886: 63)¹². La cuestión de si Fessel y Mngen se conocían de Alemania y ya planeaban allí abrir un negocio juntos en el extranjero sigue abierta, al igual que la del capital inicial. Sin embargo, es probable que esta asociación haya aportado la seguridad (financiera) necesaria para asumir el riesgo de fundar una empresa. Al observar las otras imprentas y editoriales fundadas desde mediados del siglo XIX, queda claro que la mayoría de esos arriesgados emprendimientos se abordaban en compañía de otros hablantes del alemán. Por cierto, los inmigrantes alemanes no fueron una excepción en este sentido; a finales del siglo XIX otros inmigrantes también organizaron inicialmente su vida empresarial según criterios étnicos (cf. Diego 2011: 225). El mundo de negocios de los impresores germanohablantes era presumiblemente muy fluido y flexible: como muestran los detalles editoriales de las publicaciones editadas por Mngen y/o Fessel, ambos entablaron relaciones comerciales con diversos socios de habla alemana en el periodo comprendido entre 1880 y 1930¹³ (cf. Hartmann 2021).

Los dos tipógrafos abrieron su negocio, la *Papejería Fessel & Mngen*, en el centro de la ciudad, en la calle San Martín 315, en las inmediaciones

¹¹ Los representantes de esta cooperativa vieron en su asociación un precursor del posterior sindicato Federación Gráfica Bonaerense (Genossenschaft 1929: 11).

¹² Sobre Fessel hay aún menos información que sobre Mngen. El año de nacimiento se puede encontrar en las listas de pasajeros de Hamburgo del 12 de septiembre de 1908.

¹³ Fessel colaboró con un tal ‘Schneider’ en 1891; otro socio de Mngen era un tal Laass, que presumiblemente tenía conexiones familiares con la editorial Stiller & Laass, fundada a mediados del siglo XIX. Con Laass, Mngen imprimió cuando Fessel se retiró.

del resto de imprentas alemanas. En 1890, dos años después de la llegada de Menger a Argentina, se documenta la primera actividad editorial del taller. Los propietarios seguían un modelo de negocio que era habitual a ambos lados del Atlántico en el mercado del libro del siglo XIX, y que consistía en conjugar varias actividades en un solo establecimiento (cf. Pastormerlo 2014: 8). Los impresores de libros, los encuadernadores o los distribuidores de papel y artículos de papelería no dejaron la producción de libros en manos de los libreros, sino que fundaron sus propios negocios, donde imprimían y encuadernaban libros, vendían papel y artículos de papelería y, cada vez más, funcionaban también como editores locales (cf. Jäger 2010: 159). La “papelería” Fessel & Menger, en la que también se imprimían y publicaban textos, fue un ejemplo paradigmático de ello. A lo largo de su existencia documentada, es decir, aproximadamente de 1890 a 1930, el negocio cambió varias veces de ubicación, de propietarios e incluso de nombre. Esto último fue también una señal de los cambios en el enfoque del negocio¹⁴. El negocio siguió llamándose Fessel y Menger antes de que Menger, a menudo abreviado como O.B. Menger, se convirtiera en su único propietario alrededor de 1908¹⁵.

En la vida privada. Menger también logró afianzarse rápidamente, por lo visto estableciendo contacto al principio con otras personas de habla alemana: probablemente conoció en Buenos Aires a Helene¹⁶ que, nacida en 1873, era diez años menor que él y también de ascendencia alemana. Se casaron y se mudaron a una casa en “Villa Catalinas”, barrio instalado pocos años antes, en 1887, junto a una nueva línea de ferrocarril, y que por aquel entonces todavía era un suburbio de Buenos Aires¹⁷. En 1895, como puede verse en el álbum de fotos privado, tuvieron una hija llamada Elsa (Álbum de fotos de 1895). En apenas siete años, el tipógrafo Oscar B. Menger, que había salido de Alemania en 1888 en la cubierta intermedia, el alojamiento más barato y menos confortable para los pasajeros de los barcos de vapor en el siglo XIX, había abierto su propio negocio, formado una familia y comprado una casa propia.

La historia de su llegada a Argentina, tanto en lo profesional como en lo personal, es contada por Oscar B. y Helene Menger de forma visual en su álbum de fotos que enviaron como regalo de Navidad a los familiares en Alemania en 1895. El álbum ‘materializó’ la trayectoria de Menger: por un

¹⁴ La imprenta de libros y litografías de estos dos tipógrafos se situaba inicialmente en el centro de Buenos Aires en la calle San Martín 176, luego en Lavalle 1119, y más tarde en San Martín 315.

¹⁵ Todavía no está claro si Franz Fessel siguió trabajando en el negocio de la imprenta, pero de forma independiente, después de 1911, si buscó otros sectores de negocio o, como parece probable, se retiró del negocio a partir de los 58 años. Esto también se ve respaldado por el hecho de que ya en 1906 renunció a su cargo como miembro de la junta directiva de la sección de Artes Gráficas de la Unión Industrial Argentina (“Segunda asamblea” 1906: 77).

¹⁶ En una entrevista realizada por Monica Bader a un descendiente de la familia Menger, la persona mencionó Vogt o Voigt (pronunciación casi homofónica en alemán), junto a “van Rossum”, como posible apellido de soltera. En las bases de datos genealógicas no se pudo comprobar aún cuál era el apellido de soltera correcto de Helene Menger.

¹⁷ En 1901, el barrio pasó a llamarse Villa Urquiza en honor al general argentino Justo José de Urquiza.

lado, a través de las treinta fotografías que mostraban a los miembros de la familia, vistas interiores y exteriores de la casa, los alrededores y el negocio familiar; por otro lado, porque el álbum mismo fue impreso y grabado en relieve en la propia empresa de Mingen. De este modo mostraba sus habilidades como impresor. Sin poder profundizar en este punto, hay dos aspectos interesantes con respecto a la autorrepresentación de Mingen: por un lado, el matrimonio Mingen se escenifica en las fotos como una pareja burguesa culta, por ejemplo, a través de su vestimenta –traje, corbata, chaleco, reloj de bolsillo– (Fig. 1), de las bibliotecas fotografiadas o claramente en un retrato de dos mujeres, presumiblemente las hermanas Mingen, recostadas en una reposera con un libro en la mano (Fig. 2). Curiosamente, estas imágenes también contrastan con otras que transmiten una imagen más rural, sencilla y casi aventurera de la inmigración. En segundo lugar, queda clara la importancia que los Mingen atribuían al negocio: además de una fotografía de la fachada del negocio, la pareja pegó cuatro vistas interiores donde se veían los empleados, así como cajas de composición, prensas de impresión y rodillos. De esta forma, Mingen se representaba como un empresario de éxito que podía permitirse el lujo de tener su propio equipamiento técnico y sus empleados, y ya no tenía necesidad de trabajar de forma artesanal (Fig. 3).



Figura 1: Retrato de Oscar B. Mingen. Mingen, Oscar B. y Helene Mingen.
[Argentina: álbum de fotos privado de la familia Mingen en Argentina].
Buenos Aires: Fessel & Mingen 1895.



Figura 2: Retrato grupal de Helene Menger con otra persona. Menger, Oscar B. y Helene Menger. [Argentina: álbum de fotos privado de la familia Menger en Argentina]. Buenos Aires: Fessel & Menger 1895.

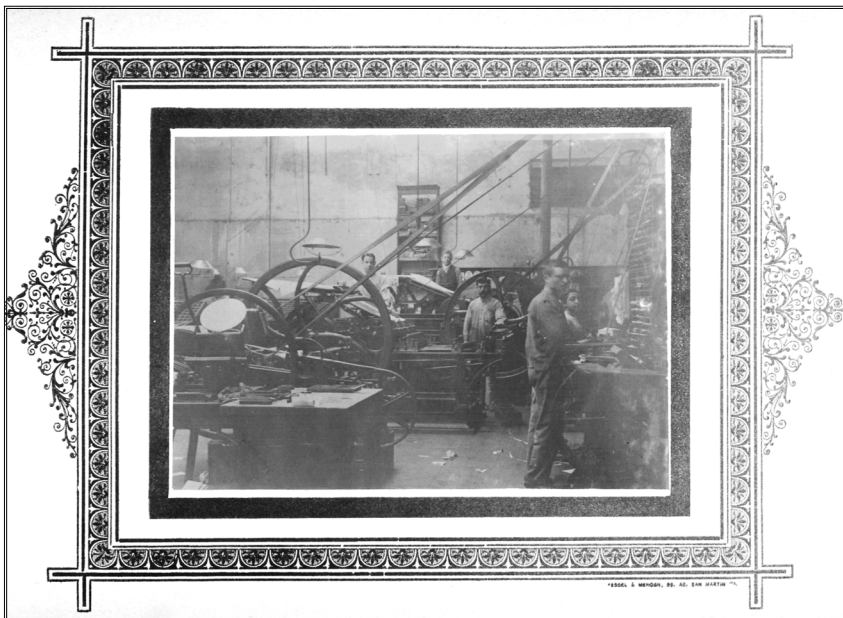


Figura 3: Fotografía de máquinas de impresión y trabajadores, vista interior de Fessel & Menger. Menger, Oscar B. y Helene Menger. [Argentina: álbum de fotos privado de la familia Menger en Argentina]. Buenos Aires: Fessel & Menger 1895.

“Das Deutsche Druckhaus Mengen” (La imprenta alemana Mengen): redes (comerciales) de habla alemana

Poco después de su llegada a Argentina, Mengen ya estaba en contacto con personas e instituciones de habla alemana. A pesar de la ausencia de correspondencia comercial y familiar, el catálogo de Fessel & Mengen proporciona los primeros datos sobre los contactos comerciales y de clientes de la empresa y su cartera de productos. Hasta ahora se han hallado de Fessel & Mengen un total de 64 publicaciones correspondientes al período comprendido entre 1890 y 1930¹⁸. Las obras pueden dividirse a grandes rasgos en tres tipos de material: en primer lugar, los escritos y tratados científicos publicados por particulares, por ejemplo, tesis doctorales de diversas disciplinas. En segundo lugar, publicaciones institucionales como memorias, anuarios, publicaciones conmemorativas, pero también informes y estatutos de asociaciones e instituciones estatales y publicaciones internas de colegios, y en tercer lugar, en menor medida, productos impresos para la industria y el comercio, incluyendo, por ejemplo, un libro ilustrado de gran formato y diseño gráfico para una empresa. Con todo, el material escrito consistía en textos monográficos breves y publicaciones en serie. Estas últimas ocupaban un lugar importante en las actividades de impresión de Fessel y Mengen a principios del siglo XX y constituían probablemente una importante contribución al sustento de la empresa. Al mismo tiempo, Fessel y Mengen vivirían también de los clientes que acudían a la tienda para pedir tarjetas de visita, invitaciones y otros impresos efímeros, así como de la producción de productos impresos de uso cotidiano, como tarjetas postales y libros de contabilidad y del comercio de la papelería.

El catálogo muestra claramente que Mengen y su socio comercial recibieron numerosos pedidos de instituciones y particulares de habla alemana. Así, cerca de la mitad de las 64 publicaciones pueden atribuirse a contactos de habla alemana a través del idioma o del autor involucrado o de la institución responsable. Destaca un grupo en particular, el de los académicos y educadores alemanes que vivieron y trabajaron en Argentina entre 1880 y 1930. De los 400 científicos, incluyendo materias como geología, mineralogía, minería, zoología, antropología, física y química (cf. Carreras 2010: 163), que se calcula que vivían allí antes de la Primera Guerra Mundial (cf. Newton 1977: 21), muchos fueron reclutados por el gobierno argentino. Un ejemplo es el del antropólogo alemán Robert Lehmann-Nitsche, quien había sido contratado por el recién fundado museo de La Plata poco después de completar su doctorado e hizo imprimir su tesis doctoral sobre cirugía prehistórica, ya publicada en Munich, por Fessel & Mengen en 1898 (cf. Lehmann 1898; cf. Hartmann 2021).

¹⁸ La lista se elaboró a partir de las bibliografías de las monografías sobre el tema, mediante búsquedas en catálogos bibliográficos en línea, como los del IAI, Worldcat, la Biblioteca Nacional Mariano Moreno. Dado que los datos bibliográficos no siempre indican el editor/impresor, es probable que el número de publicaciones impresas por Fessel & Mengen sea mayor.

Existía una conexión particularmente estrecha, al menos como lo sugiere la lista de publicaciones, con las escuelas alemanas, incluida la Escuela Germania y la Escuela Belgrano. Desde 1906 y hasta la década de 1930, Mengen y Fessel se hicieron cargo de la impresión de toda una serie de publicaciones sobre la vida escolar y administrativa cotidiana, como los planes de estudio, los reglamentos escolares, los informes anuales y los informes sobre las excursiones escolares (cf. Hartmann 2021). Es muy posible que estas publicaciones también pudieran adquirirse directamente en el negocio, es decir, que la imprenta ofreciera todo el equipamiento –desde la papelería hasta el reglamento escolar– para los profesores y su alumnado. También se mantuvo un estrecho contacto con Wilhelm Keiper, quien fue el responsable de establecer la formación del profesorado según el modelo prusiano y quien ocupó entre 1904 y 1917 el cargo de rector del recién fundado *Instituto Nacional del Profesorado Secundario* que hoy en día sigue funcionando con el nombre de Instituto Superior del Profesorado “Dr. Joaquín V. González”. Como presidente de la Asociación Académica Alemana, fundada en 1897 y rebautizada como Asociación Científica Alemana (*Deutscher Wissenschaftlicher Verein*; DWV) en 1906, Keiper fue también un importante mediador entre los académicos alemanes y un multiplicador de sus actividades científicas (Carreras 2006: 328). Al imprimir los escritos de los científicos individuales y, en ocasiones, los anuarios de la DWV u otras instituciones cercanas a este grupo, como la Asociación Hospital Alemán, Fessel & Mengen participaban en la producción de conocimiento en la medida en que difundían y, por tanto, popularizaban el conocimiento producido por científicos de habla alemana. Al hacerlo, también consolidaron las estructuras institucionales e informales de una red de clase media educada y de habla alemana que se situaba alrededor de Keiper. Por ejemplo, a través de la producción de tarjetas postales relacionadas con la vida social de los y las inmigrantes alemanes en Argentina¹⁹. La empresa de Mengen también fue responsable de otras publicaciones periódicas editadas por instituciones alemanas a principios del siglo XX, como por ejemplo el *Banco Germánico de la América del Sud Buenos Aires* o el *Verein deutscher Ingenieure in Buenos Aires* (cf. Hartmann 2021).

Fessel & Mengen también intentó utilizar su pertenencia a esta “comunidad alemana” para conseguir clientes. Para publicitar su negocio, recurrieron a los periódicos en lengua alemana, que conectaban al heterogéneo grupo de inmigrantes, y en 1910, por ejemplo, pusieron un anuncio los sábados en el diario *Argentinisches Wochenblatt*. Aquí utilizaron el “ser alemán” como herramienta publicitaria para atraer a nuevos clientes. En segundo lugar, se hacía hincapié en la alta calidad de los productos artesanales, que el logotipo pretendía ilustrar mediante la incorporación de las balas impresas del escudo de armas tipográfico comúnmente utilizado en Alemania, el pergamino con letras y el hombre joven (cf. Beinert 2008: 26; Fig. 4).

¹⁹ En el grupo de Facebook “Fotografías de la Antigua Buenos Aires (Argentina) / Old Buenos Aires Photo”, se publicó digitalmente una postal de la empresa Fessel & Mengen. La postal fue producida en 1899 con motivo de la celebración de la Asociación de Hospitales Alemanes (“Gruss” 1899).



Figura 4: “Das Deutsche Druckhaus Mengen”.
Argentinisches Tageblatt (8.1.1910).

Más que Franz Fessel, Oscar B. Mengén participó en las actividades de las instituciones de la burguesía culta; al menos a principios del siglo XX fue miembro de la DWV durante mucho tiempo y hasta la década de 1930 pagó cuotas regulares en instituciones asistenciales como la Asociación Hospital Alemán, cuyo informe anual también publicó en 1912. Como dejan en claro las fotografías del álbum privado de la familia, Mengén probablemente se veía a sí mismo como un empresario burgués educado cuyo punto de referencia era una élite cultural de habla alemana, políticamente más bien conservadora-nacionalista. No obstante, es cuestionable hasta qué punto se lo puede asignar a esa élite cultural. Un indicador de que estos círculos permanecieron cerrados es que Mengén nunca ocupó un alto cargo en las instituciones de habla alemana. Esto apunta a la estructura social más bien exclusiva y elitista de estas instituciones, que siempre fueron dirigidas por hombres, en su mayoría protestantes, con un alto nivel de educación y prestigio social (cf. Carreras 2011: 18). Aunque Mengén también era protestante²⁰, carecía de la formación académica y el capital económico para pertenecer a esta élite cultural.

En el caso de Fessel & Mengén es de suponer que las conexiones interétnicas no garantizaban los encargos de impresión; al menos se producían repetidos cambios en los responsables de la impresión en el caso de las publicaciones en serie de las instituciones. No está claro si las empresas fundadas por inmigrantes alemanes, como Herpig, Weiss & Preusche o Peuser, mantenían una relación de competencia entre sí o si estas em-

²⁰ Esto se registra en el censo de 1895 (cf. “Argentina Censo” 1895).

presas formaron una comunidad de intereses sobre la base de su filiación étnica y adjudicaban los contratos alternativamente según un principio de solidaridad²¹. Sin embargo, una comparación de estos negocios fundados por inmigrantes de habla alemana sugiere que la segunda generación de empresarios inmigrantes que trabajaban en la industria del libro tuvo más dificultades que la primera. El éxito de Mengen consistió en que el negocio se mantuvo estable durante más de 40 años y lo ayudó a progresar socialmente de trabajador manual a empresario. Sin embargo, este ascenso no fue tan pronunciado como el de Peuser o Kraft. Puede haber varias razones para ello: en primer lugar, Peuser y Kraft habían entrado en el negocio en un momento en que el mercado comercial del libro en Argentina acababa de consolidarse y la demanda de impresores y editores era particularmente alta. Ellos ya se habían establecido como protagonistas cuando Fessel & Mengen comenzaron su trabajo. Así pues, a finales del siglo XIX, Peuser y Kraft fueron competidores de las pequeñas imprentas que, por motivos económicos, tenían dificultades para seguir el ritmo de las rápidas innovaciones de la industria gráfica. Además, a diferencia de las dinastías de impresores Peuser y Kraft, que saltaron a la fama con sus publicaciones seriadas, *Guía Peuser* y *Guía Kraft*, respectivamente (cf. Diego 2011: 228), no había ninguna publicación en la cartera de Mengen que produjera un efecto similar en esta mediana empresa.

Así, Fessel & Mengen buscó su propio nicho de mercado imprimiendo productos cotidianos de instituciones y particulares alemanes. Fessel & Mengen funcionó como la “editorial local” de una “comunidad” de clase media educada, organizada según criterios étnicos, y contribuyó así a su consolidación. Sus límites no eran en absoluto estáticos, sino más bien fluidos, como pusieron de manifiesto los procesos de intercambio de Mengen con otras asociaciones y grupos de orientación profesional en el contexto del proyecto de la revista *Éxito Gráfico*, entre otros.

La emergente industria de las artes gráficas en Argentina: Mengen y la revista *Éxito Gráfico*

A principios del siglo XX, la empresa Fessel & Mengen se dedicó cada vez más a las artes gráficas. Este giro se plasmó no solo en el cambio de nombre a “Talleres Gráficos”, sino sobre todo en la participación de Fessel & Mengen en la producción de la revista *Éxito Gráfico*. *Revista Mensual Sudamericana de Artes Gráficas*, que se publicó en Buenos Aires de 1905 a 1916 y fue una de las primeras revistas del país en dedicarse a las nuevas técnicas de impresión. La revista fue dirigida, concebida y diseñada por el tipógrafo y activista anarquista barcelonés Antoni Pellicer i Paraire. Pellicer ejerció su profesión tanto en España como en México, Cuba y Estados Unidos. En esos países buscó probablemente el exilio hasta que llegó a

²¹ Véanse las cambiantes responsabilidades de las imprentas en el caso de los estatutos de la Asociación de Escuelas Alemanas (Bryce 2018: 199).

Argentina en la década de 1890 (cf. Dosio 2017: 179). Ya había participado en España en la recién fundada *Unión de Noógrafos*, y a raíz de ella fundó en 1898 la revista *La Noografía*²², que tuvo que abandonar en 1899.



Figura 5: *Éxito Gráfico*: Revista Mensual Sudamericana de Artes Gráficas Año 3 (1907) [vol. 2]: 15, Anuncio Curt Berger y Cia. Proporcionado por la Biblioteca Nacional de España.

El proyecto sucesor *Éxito Gráfico*, en cambio, tuvo más éxito, probablemente también porque Pellicer encontró partidarios duraderos hasta su muerte en 1916, cuando el proyecto también se interrumpió. Entre ellos se encontraba el empleador de Pellicer, la casa comercial Curt Berger y Compañía, que había contratado a Pellicer como corrector de pruebas en 1891. Curt Alfredo Berger (1869-1948), linotipista de formación, había llegado desde Alemania en 1890 a Buenos Aires, donde trabajó al comienzo en la *Casa de la Moneda*. Poco después, se hizo autónomo en una sucursal de los fabricantes de pintura de Leipzig, Berger & Wirth²³. Al principio, Berger distribuía sus tintas y pinturas, pero poco después se hizo cargo también de la representación de otros fabricantes alemanes de renombre, como las máquinas de impresión MAN y las máquinas de corte Karl-Krause (cf. LIPSIA 2021).

²² El neologismo *noografía* combina el griego *noos* (idea, intelecto) y *grafía* (escritura).

²³ No está claro si había algún vínculo familiar con la empresa de Leipzig.

Probablemente, a través de la venta de materiales necesarios para la impresión y de las redes en lengua alemana, surgió el contacto con Fessel & Mengen, que se hizo cargo de la producción de la revista. Así, en este proyecto pionero participaron actores que pueden adscribirse a una de las segundas generaciones migratorias de la cada vez más compleja industria gráfica a la que pertenece Mengen. Esta revista les ofrecía un nuevo espacio experimental para probar sus propias posibilidades técnicas. También dio cabida a nuevos actores del sector, desde artistas gráficos, tipógrafos y litógrafos hasta vendedores de maquinaria.

Dedicada a promover las artes gráficas en Sudamérica, la revista pretendía recopilar la evolución de la industria gráfica internacional. Así, *Éxito Gráfico* contenía anuncios sobre congresos y exposiciones, máquinas y técnicas de impresión recién desarrolladas, o contribuciones sobre exlibris y ediciones raras. Además, impartió conocimientos técnicos y estilísticos a impresores, tipógrafos, litógrafos, fotógrafos, grabadores, dibujantes, encuadernadores y todos aquellos que trabajaban en la industria de las artes gráficas. También se imprimieron reproducciones técnicamente complejas de dibujos y fotografías. Otro rasgo característico fue el uso de ornamentos modernistas en el diseño de la revista y de los anuncios que contenía (cf. Hemeroteca Digital; Fig. 5). Una característica especial era también que se daba mucho espacio a los aspectos técnicos del proceso de producción; al final de cada número se describían con precisión los tipos de papel utilizados, el gramaje, las tintas, la composición, la preparación y la impresión de las cubiertas y las páginas interiores (*id.*). La composición, impresión y confección de la revista, es decir, la parte más mecánico-práctica y manual del proceso de producción, fue realizada por Fessel & Mengen en sus talleres gráficos. Estos empresarios utilizaban prensas de impresión, que la empresa había adquirido probablemente a través de Curt Berger: una MAN-Augsburg y una Minerva Victoria. La revista en su conjunto y el trabajo de Fessel & Mengen fueron elogiados en repetidas ocasiones por las críticas nacionales e internacionales. La Sociedad del Arte de Imprimir de Barcelona dictaminó en 1907:

No seríamos justos si no consignáramos a la vez que todo el trabajo que encierra una revista como *Éxito Gráfico*, tanto literario, tipográfico, de encuadernación, etc., como los materiales empleados en ella, son tan perfectos y están confeccionados con tal pulcritud, que hasta los más imperceptibles detalles se observan a simple vista; acreditando las manos maestras que dirigen la citada revista y poniendo de relieve que los compañeros que la confeccionan gozan de fama justa de ser unos consumados operarios en el ramo de las artes del libro. (“Juicio de la Prensa” 1907: 47)

Las personas involucradas en la producción de la revista se integraron en una red transnacional de impresores de libros. Los lazos con Alemania eran particularmente estrechos: Mengen y Fessel viajaron a Alemania varias veces a principios del siglo XX, y también eran miembros de la Asociación Alemana de la Industria del Libro de Leipzig (“Bekanntmachung” 1912).

Probablemente, detrás de estos contactos transatlánticos no estaba tanto el deseo de contribuir a la expansión de la “germanidad”²⁴ como el interés económico propio (cf. Penny 2013: 364). Esto se puede ver con particular claridad en el caso de la empresa Curt Berger & Cía., cuya existencia comercial dependía de los vínculos con los fabricantes de maquinaria alemanes. Sin embargo, fue precisamente la “germanidad” y su difusión por todo el mundo lo que estuvo en primera línea de las críticas de las revistas especializadas del Imperio alemán. *Éxito Gráfico* reimprimió en español la reseña de la revista *Deutscher Buch- und Steindruck* en la que se destacó el origen alemán de los involucrados y su labor pionera en el sector en el campo de las artes gráficas en Argentina: “Son en primera línea hombres alemanes que han iniciado esta obra de *pioner* en Buenos Aires, Curt Berger y Cía., representantes de Berger & Wirth, que firman como editores; Fessel y Megen, ambos de Leipzig²⁵, son los impresores” (“Acuse de Recibos” 1906: 151). Estas conexiones no solo fueron beneficiosas para los editores e impresores de habla alemana. Por un lado, se crearon nuevos canales de distribución, lo que hizo que la revista fuera más conocida fuera de Argentina. Por otro lado, estas críticas internacionales tan positivas aumentaron la reputación de la revista dentro del país sudamericano.

La revista fue tan importante en Argentina precisamente porque, como afirma Dosia, contribuyó significativamente a la consolidación de la disciplina del diseño gráfico (Dosia 2017: 179). Se abordaron así aspectos sindicales o cuestiones relativas a la formación y su perfeccionamiento. La revista también imprimía las actas de los organismos de representación de intereses, la legislación y la información, convirtiéndose así en un importante órgano de la industria del libro en Argentina. Una característica especial era que *Éxito Gráfico* unía tanto a los empresarios como a los trabajadores, a quienes se dirigía tanto por su contenido como por su diseño. Esta asociación se refleja ya en la composición del equipo de la revista: mientras que Pellicer debe situarse del lado de los empleados debido a su compromiso político y sindical, Curt Berger, Franz Fessel y Oscar B. Megen pertenecían a la patronal más conservadora. Fessel, por ejemplo, en los primeros años fue miembro de la junta directiva de la sección de *Artes Gráficas* de la *Unión Industrial Argentina*, fundada en 1904 (cf. “Boletín”. *Éxito Gráfico* 1905: 26).

Los creadores de la revista se beneficiaron de este proyecto en diversos grados. El director Antoni Pellicer se convirtió en el primer director del Instituto Argentino de Artes Gráficas (IAAG), que también fundó en 1907 y que se convirtió en un importante centro de capacitación para los aspirantes a artistas gráficos (cf. Ferrer 2008: 150). Así, el proyecto ayudó a Pellicer a ascender en el gremio de las artes gráficas en Argentina, que él mismo había ayudado a establecer. Para Curt Berger & Cía., que actuó

²⁴ En el contexto del imperialismo de principios del siglo XX, los contemporáneos utilizaban cada vez más el término “Deutschtum” o alemanes en el extranjero, lo que implicaba una pertenencia atemporal a la nación alemana, interpretada como una comunidad cultural y lingüística (cf. Bryce 2018: 11).

²⁵ La información sobre Leipzig es incorrecta. Megen vivió en Brunswick antes de abandonar el país.

como editor, el proyecto de la revista supuso enormes ventajas a diferentes niveles: por un lado, ganó popularidad y prestigio dentro y fuera de Argentina. Por otro lado, probablemente hubo enormes ventajas económicas para Curt Berger. La publicación también funcionaba como medio publicitario. Como la revista no solo describía las nuevas técnicas de impresión, sino que también las probaba en los números y enumeraba las máquinas utilizadas, los fabricantes podían lanzar hábilmente sus productos en la revista y, al mismo tiempo, ejemplificar su calidad. Como muestra un índice de los anuncios publicados en *Éxito gráfico*, los fabricantes alemanes en particular aprovecharon esta oportunidad, lo que por una parte señala el dominio de los fabricantes de maquinaria alemanes en un mercado global y, por otra, también pone de manifiesto la importancia de las redes en lengua alemana. El claro beneficiario fue el propio Curt Berger, para cuyos productos se colocaban la mayoría de los anuncios (cf. “Anuncios Publicados”, *Éxito Gráfico* 1907). Entre ellos, por ejemplo, la tinta utilizada en la revista (cf. Fig. 5) o las imprentas Minerva Victoria y Augsburg, de las que Berger & Cía. tenía el derecho exclusivo de venta en Argentina y que fueron presentados, por ejemplo, en un largo artículo en la revista (“Gran Fábrica”. *Éxito Gráfico* 1906: 152-154). Sobre todo, la imprenta “Augsburg” fabricada por MAN se vendió muy bien en Argentina y Uruguay; en 1928 ya se utilizaban más de 1.200 de las “tan justamente afamadas máquinas Augsburg, que merecieron unánime aceptación” (“grandes importadores”. *Plus Ultra* 13/151 [1928]: s.p.). Este éxito de mercado, en el que ciertamente participó *Éxito Gráfico*, convirtió a Curt Berger en uno de los “grandes importadores y proveedores de la industria gráfica” (*id.*) en Argentina, según la revista cultural argentina *Plus Ultra*.

Sin embargo, para la imprenta Fessel & Mengen las ventajas de este proyecto no son tan claras como para los demás participantes. La colaboración probablemente fue acompañada de una ganancia de prestigio; Mengen era considerado cada vez más como un experto en el área mecánico-práctica y artesanal. En este rol, por ejemplo, participó en el primer concurso organizado por la revista para elegir el mejor trabajo tipográfico para diseñar una portada (cf. “Primer Concurso” *Éxito Gráfico* 1907: 193). Además, fue miembro del comité de honor de la primera *Exposición Nacional de Artes Gráficas* en 1916 (cf. IAAG 1917).

Gracias a su colaboración en la revista, Fessel & Mengen se consolidó como una empresa sólida de tamaño medio que dominaba su oficio, sin embargo, el ascenso a gran empresa no llegó a materializarse, al igual que el éxito en el ámbito artístico. Aunque algunas tecnologías de impresión, por ejemplo, las tricromías de alta calidad, fueron producidas por Fessel & Mengen en algún momento, fueron cada vez más otras imprentas las que hicieron su aparición con sus “adiciones artísticas”. Tampoco está claro si la revista fue impresa por Fessel & Mengen hasta que dejó de publicarse en 1916²⁶. Esto se debe a que las nuevas tecnologías desplazaron cada vez

²⁶ En la Hemeroteca Digital de la Biblioteca Nacional de España solo están disponibles los ejemplares hasta 1907. La revista está disponible en la Biblioteca Nacional Mariano Moreno. Buenos Aires posee los primeros cinco volúmenes de la publicación,

más el proceso de composición tipográfica manual. En 1907, la composición del texto ya no fue realizada por Fessel & Megen, sino por una máquina componedora, la recién introducida *Typograph* (cf. “Pie de Imprenta”. *Éxito Gráfico* 1907). Fessel & Megen solo se encargó de la impresión de las partes más complejas, como los anuncios y las cubiertas, así como de la confección de la revista.

Sin embargo, *Éxito Gráfico* no fue el único proyecto periodístico gráficamente elaborado en el que participó Megen a principios del siglo XX. También demostró sus habilidades de impresión en otro proyecto de publicación: la revista en español *Germania*, que fue financiada por el empresario de ascendencia alsaciana Eduardo Retienne y diseñada por Pablo Fabatz. Impresa en papel coloreado de alta calidad y publicada en formato folio, incluyó números dibujos, viñetas y fotografías y se parecía en sus elementos estructurales y su diseño gráfico a otras revistas contemporáneas, como *Plus Ultra*. El impresor fue durante los primeros meses Megen, pero a partir de noviembre de 1915 la impresión pasó a manos de Weiss & Preusche.

Junto con el periódico *La Unión* –fundado por Hermann Tjarks en 1914 y publicado en español– *Germania* es considerada por historiadores como un medio de propaganda a través del cual circularon noticias pro-alemanas y aportaciones de intelectuales argentinos pro-alemanes como Ernesto Quesada, Juan P. Ramos o Augusto Bunge en la sociedad argentina durante la Primera Guerra Mundial. A diferencia de *La Unión*, que fue un proyecto exitoso que siguió publicándose incluso un año después del final de la guerra, *Germania* dejó de publicarse ya en 1916 por diversas razones. Por un lado, hubo dificultades de suministro de papel causadas por la contienda mundial. Por otro lado, parece que la élite germano-argentina no apoyó este proyecto de la misma manera que *La Unión* (Compagnon 2018: 309; Tato 2014: 334). Así, los círculos que se formaron en torno a W. Keiper apoyaron sobre todo a Hermann Tjarks, uno de los voceros de la prensa germanohablante en Argentina, lo que también se indica en la larga descripción que hace W. Keiper de la fundación de *La Unión* (Keiper 1942: 40). El hecho de que Megen, por lo que se sabe, no participara en *La Unión* y colaborara en cambio en la revista *Germania*, de orientación más artística, puede explicarse, por un lado, por su giro hacia las técnicas gráficas. Pero, por otro lado, también señala la posición social de Megen como editorial de tamaño medio. Así, *Germania* puede interpretarse también como un intento de Megen y Retienne de obtener reconocimiento en los círculos germano-argentinos de clase alta en torno a W. Keiper. Sin embargo, por lo que se sabe, este reconocimiento no se materializó.²⁷

pero faltan los siguientes. Los vols. 3-5 no se han podido cotejar para este trabajo debido a la cuarentena.

²⁷ Según Newton, Retienne se distanció de los círculos alemanes por la decepción que le producía el lucro de la aristocracia del dinero (Newton 1977: 36).

Observaciones finales

El ejemplo de Mergen muestra claramente que los inmigrantes de habla alemana se integraron en complejas redes de relaciones étnicas, sociales, lingüísticas y culturales. Los contactos con otras y otros inmigrantes de habla alemana, con instituciones, empresas y fábricas alemanas facilitaron su incorporación a la vida laboral en Argentina y les ayudaron a conseguir un ascenso social. Oscar B. Mergen, al igual que muchos otros germanoparlantes, organizó parte de su vida empresarial y privada según criterios étnicos, por lo que los límites entre la vida profesional y la vida social-privada eran fluidos. Las y los inmigrantes de habla alemana estaban en contacto con otros germanoparlantes, asistían a clubes germanoparlantes y leían periódicos en alemán, pero no solo porque sentían que pertenecían a una “comunidad alemana”, como quiera que se la entendiera, sino ante todo porque esperaban ventajas para el futuro.

Sin embargo, las fronteras de las sociedades de inmigrantes eran fluidas, ya que las personas participaban en diferentes grupos que reflejaban la clase social, la identidad de género, las aficiones o el vecindario. El ejemplo de Mergen muestra que la profesión fue un importante factor de formación de la identidad. La filiación étnica pasó a un segundo plano, como lo demuestra la participación de Mergen en el proyecto *Éxito Gráfico*. En cambio, se trataba cada vez más de establecerse como un empresario importante en un mercado del libro cada vez más complejo, con nuevos actores y con los grandes nombres ya firmemente establecidos en la industria del libro. Las conexiones transatlánticas, especialmente con Alemania, no existían por la voluntad de promover una agenda nacional, sino por interés propio (cf. Penny 2013: 364). En este caso, aportaron beneficios a todos los involucrados, independientemente de su origen étnico. Aún más que las filiaciones étnicas, las jerarquías sociales fueron determinantes. Los tipógrafos Mergen y Fessel pudieron pasar de trabajadores manuales a empresarios, entre otras cosas gracias a su participación en redes de habla alemana. Así experimentaron un claro ascenso social. Como empresarios de clase media, eran miembros permanentes de la emergente industria del libro, así como de los círculos burgueses educados de habla alemana, pero nunca asumieron un papel de liderazgo, ni en las instituciones organizadas por origen étnico ni en las instituciones o asociaciones específicas de la profesión. Bryce está de acuerdo en que las jerarquías de clase eran particularmente influyentes en las instituciones alemanas. Tanto los individuos de clase media como los de clase trabajadora, como quedó claro en el caso de Mergen, apoyaban a las instituciones con sus cuotas, pero los puestos directivos siempre estuvieron reservados para una élite cultural que usaba estas comunidades de inmigrantes para aumentar aún más su prestigio social y cultural en la sociedad bonaerense (cf. Bryce 2018: 9). Según Carreras, la élite cultural alemana también tuvo éxito en la difusión en Argentina de los modelos burgueses, lo que también es evidente en Mergen y su puesta en escena como parte de una élite burguesa (cf. Carreras, 2011: 18).

El hecho de que Mengen no pudiera llegar a formar parte de la élite superior no significa en absoluto que los grupos pertenecientes a la clase media estuvieran excluidos de la producción de conocimiento. Todo lo contrario: Mengen, al igual que otras personas orientadas a la técnica y el trabajo manual, participó en la circulación y popularización del conocimiento, y sus saberes prácticos también adquirieron importancia en la emergente industria de las artes gráficas. Por lo tanto, no fueron de ninguna manera solo los grandes protagonistas como Peuser, Kraft & Co. quienes contribuyeron a la consolidación y formación del mercado del libro argentino. Mengen y Fessel son, pues, representativos de un gran número de inmigrantes que se movieron entre diferentes culturas y lenguas y se integraron en flujos de conocimiento transatlánticos y multidireccionales, en los que no solo se movían personas, sino también tecnologías, productos económicos y conocimientos, como se desprende, por ejemplo, de las máquinas utilizadas en la industria gráfica argentina. Considerar otros grupos sociales en la historia de la migración, pero también en la historia de las empresas y el conocimiento, como indica el ejemplo de Mengen, puede ayudar a mostrar estas dinámicas diversas, pero también las jerarquías y las relaciones de poder. En conclusión, el estudio histórico sobre figuras como Mengen enriquece la historia de la gráfica y del libro en la Argentina: Pues la historia del tipógrafo y empresario Oscar B. Mengen señala la importante y hasta ahora poco iluminada contribución que tuvieron los tipógrafos menores como Mengen en la emergente industria del libro en Argentina.

Bibliografía

Fuentes

- “Argentinien”. *Allgemeine Auswanderungszeitung* 24/27 (1870): 106-107.
- Bachmann, Ernst (Red.). *Jahrbuch und Adress-Kalender der deutschen Colonien in Buenos Aires*. Buenos Aires: Hugo Kunz & Cia, 1884.
- . *Jahrbuch und Adress-Kalender der deutschen Colonien am La Plata*. Buenos Aires: Hugo Kunz & Cia, 1886.
- “Bekanntmachung”. *Archiv für Buchgewerbe* 49/1 (1912).
- “Argentina, censo nacional, 1895. Oscar B. Mengen. Cuartel 02, Sección 23 y 30, Ciudad de Buenos Aires”; Archivo General de la Nación, Buenos Aires. FamilySearch (<https://familysearch.org/ark:/61903/1:1:MWWD-DP6> (13/09/2021)).
- “Das Deutsche Druckhaus Mengen”. *Arg. Tageblatt* (8/1/1910).
- Éxito Gráfico. Revista mensual sudamericana de artes gráficas*. “Acuse de Recibo”. Año 2/10 (junio 1906) [vol. I]: 151 y 2/21 (julio 1907) [vol. II]: 148.
- . “Anuncios Publicados”. Año 3/24 (nov.-dic. 1907) [vol. II]: sin página.
- . “Boletín Oficial de la Sección Artes Gráficas de la Unión Industrial Argentina”. Año 1/2 (oct. 1905) [vol. I]: 26-32.
- . “Juicio de la Prensa”. Año 3/15 (enero 1907) [vol. II]: 48-49.

- . "La Gran Fábrica de Máquinas Tipográficas Augsburg". Año 2/10 (jun. 1906) [vol. II]: 152-153.
- . "Primer concurso Éxito 1907". Año 3/24 (nov.-dic. 1907) [vol. II]: 193-194.
- . "Pie de Imprenta". Año 3/24 (nov.-dic. 1907) [vol. II]: sin página.
- . "Segunda asamblea general ordinaria". Año 2/5 (enero 1906) [vol. I]: 77-79.
- "Gruss vom deutschen Hospitalfest". Postkarte 1889. Buenos Aires: Fessel & Mengen: 1899. <https://t1p.de/6znh> (8/9/2021).
- Genossenschaft des Buchgewerbes und verwandter Berufszweige. *40. Jubiläum; Buenos Aires 1889-18. August 1929. Zum 40jährigen Stiftungsfest*. Buenos Aires: Imprenta "Mercur", 1929.
- Instituto Argentino de Artes Gráficas (IAAG). *Anales gráficos 1816-1916. Número extraordinario dedicado a la Exposición Nacional de Artes Gráficas celebrada en Buenos Aires en 1916 bajo los auspicios del Instituto Argentino de Artes Gráficas conmemorando el primer centenario de la independencia*. Buenos Aires: Instituto Argentino de Artes Gráficas, 1917.
- Keiper, Wilhelm. *Das Deutschtum in Argentinien während des Weltkrieges (1914-1918)*. Hamburg: Hans Christians Druckerei und Verlag, 1942.
- Lehmann-Nitsche, Robert. *Beiträge zur prähistorischen Chirurgie nach Funden aus deutscher Vorzeit*. Buenos Aires: Fessel & Mengen, 1898.
- "Los grandes importadores y proveedores de la industria gráfica - una visita a la Casa Curt Berger y Cia". *Plus Ultra* 13/151 (1928): sin página.
- Mengen, Oscar B. y Helene Mengen. [Argentinien: privates Photoalbum der Familie Mengen in Argentinien]. Buenos Aires: Fessel & Mengen, 1895. Disponible en forma digital: https://digital.iai.spk-berlin.de/viewer/image/1748729748/1/LOG_0000/
- Staatsarchiv Hamburg. *Hamburger Passagierlisten, 1850-1934 für Oscar Mengen, 1880-1889, Band 060 (4 Jan 1888-30 Apr 1888)*.

Bibliografía

- Bade, Klaus J. *Land oder Arbeit? Transnationale und interne Migration im deutschen Nordosten vor dem Ersten Weltkrieg*. Osnabrück: sin dato editorial. [1979] 2005. [https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:gbv:700-201001304775\(07/11/2021\)](https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:gbv:700-201001304775(07/11/2021)).
- Beinert, Wolfgang. "Typograf:in". *Typolexikon.de* (20/6/2018). <https://www.typolexikon.de/typograf/> (05/09/2021)
- Bryce, Benjamin. *To Belong in Buenos Aires: Germans, Argentines, and the Rise of a Pluralist Society*. Stanford: Stanford University Press, 2018.
- Carreras, Sandra. "Historia(s) de una migración peculiar: vidas académicas entre Alemania y Argentina (1870-1930)". En: Wehr, Ingrid (Ed): *Un continente en movimiento. Migraciones en América Latina*. Frankfurt am Main: Vervuert/Madrid: Iberoamericana, 2006: 325-338.
- , Horacio Tarcus y Jessica Zeller (eds.). *Die deutschen Sozialisten und die Anfänge der argentinischen Arbeiterbewegung. Anthologie des Vorwärts*

- (*Buenos Aires 1886-1901*). Buenos Aires y Berlín: Buenos Libros y IAI PK, Ibero-Amerikanisches Institut, 2008.
- . "Zwischen zwei Welten. Deutsche Wissenschaftler in Argentinien (1860-1950)". En Birle, Peter (ed.): *Die Beziehungen zwischen Deutschland und Argentinien*. Frankfurt am Main: Vervuert Verlag, 2010: 163-182.
- . "Los científicos alemanes en la Argentina: identidades y formas de organización". En: Chicote, Gloria Beatriz; Barbara Göbel (Ed.): *Ideas viajeras y sus objetos. El intercambio científico entre Alemania y América Austral*. Madrid y Frankfurt am Main: Iberoamericana y Vervuert, 2011: 17-27.
- Compagnon, Olivier; entre otros. *La Gran Guerra en América Latina. Una historia conectada*, Ciudad de México: CEMCA, 2018. halshs-01948577. <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01948577/file/Livre%20complet.pdf>
- Costa, María Eugenia. "Semblanza de Guillermo Kraft (1839-1893)". En: Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes - Portal Editores y Editoriales Iberoamericanos (siglos XIX-XXI), - EDI-RED 2016. [http://www.cervantesvirtual.com/obra/guillermo-kraft-1839-1893-semblanza/\(05/09/2021\)](http://www.cervantesvirtual.com/obra/guillermo-kraft-1839-1893-semblanza/(05/09/2021))
- Diego, José Luis de. "Editores alemanes en Argentina". En: Chicote, Gloria Beatriz; Barbara Göbel (Ed.): *Ideas viajeras y sus objetos. El intercambio científico entre Alemania y América austral*, Madrid y Frankfurt del Meno: Iberoamericana y Vervuert, 2011: 223-230.
- Dosia, Patricia Andrea. "Aproximación al estudio de la revista *Exito Gráfico* y sus aportes a la conformación disciplinar del diseño gráfico". *Reflexión Académica en Diseño y Comunicación* XVIII, 30 (2017): 178-181.
- German Historical Institute Washington (GHI). *Call for Papers. Migrating Knowledge in Latin American History*. [https://www.ghi-dc.org/events/event/date/german-migrants-and-migrating-knowledge-in-latin-american-history\(10/9/2021\)](https://www.ghi-dc.org/events/event/date/german-migrants-and-migrating-knowledge-in-latin-american-history(10/9/2021))
- Ferrer, Nelson. *Historia de los gráficos argentinos: Sus luchas, sus instituciones*, 1857-1957. Buenos Aires: Editorial Dos Orillas, 2008.
- Hartmann, Annika y Regula Rohland de Langbehn (Comps.). *Lista cronológica provisional de los volúmenes impresos y/o publicados por Francisco Fessel y/o Oskar B. Mngen*, Berlín, Buenos Aires: 2021. [https://zenodo.org/record/5636353\(01/11/2021\)](https://zenodo.org/record/5636353(01/11/2021))
- Hemeroteca Digital. *Descripción Exito Gráfico*. [http://hemerotecadigital.bne.es/details.vm?o=&w=1853-5992&f=issn&l=500\(09/09/2021\)](http://hemerotecadigital.bne.es/details.vm?o=&w=1853-5992&f=issn&l=500(09/09/2021))
- Jäger, Georg, Angelika Eyselein y Christine Haug. "Buchbinder, Drucker, Papier- und Schreibwarenhändler". En Jäger, Georg (ed.): *Geschichte des deutschen Buchhandels im 19. und 20. Jahrhundert*. Bd. 1 Das Kaiserreich 1871-1918, Teil 3, Berlín: de Gruyter, 2010: 159-176.
- LIPSIA. *Historia*. [https://lipsia.com.ar/nosotros/historia/\(09/9/2021\)](https://lipsia.com.ar/nosotros/historia/(09/9/2021)).

- Lüthi, Barbara. "Migration and Migration History". (Version 2.0). *Docupedia-Zeitgeschichte* (6/7/2018). http://docupedia.de/zg/Luethi_migration_v2_en_2018
- DOI: <http://dx.doi.org/10.14765/zzf.dok.2.1178.v2>
- Newton, Ronald C. *German Buenos Aires, 1900-1933. Social Change and Cultural Crisis*, Austin & London: University of Texas Press, 1977.
- Pastormerlo, Sergio. "1880-1899. El surgimiento de un mercado editorial". En: Diego, José Luis de (Ed.). *Editores y políticas editoriales en Argentina, 1880-2010*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2014: 1-28.
- Penny, Glenn. "Latin American Connections: Recent Work on German Interactions with Latin America". *Central European History* 46 (2013): 362-394.
- Rohland de Langbehn, Regula. "Comienzos del periodismo en idioma alemán en la Argentina". En: *Temas de la Inmigración de habla alemana en la Argentina. Cuadernos del Archivo Publicaciones del Centro DIHA* 1/1 (2017): 47-62.
- (comp.). *Migrantes alemanas en la Argentina. Siete historias de mujeres. Cuadernos del Archivo. Publicaciones del Centro DIHA* II/4 (2018).
- Román, Viviana. "A propósito del desarrollo de la industria editorial y las interpretaciones históricas de algunos de sus tópicos". *Anuario del Centro de Estudios Económicos de la Empresa y el Desarrollo* 8/8 (2016): 7-26.
- Saint Sauveur-Henn, Anne. "Carácter y peripecias de la inmigración alemana en la Argentina". En: *Temas de la Inmigración de habla alemana en la Argentina. Cuadernos del Archivo* 1/1 (2017): 14-27.
- . "Die deutsche Migration nach Argentinien (1870-1945)". En: Birle, Peter (Ed.): *Die Beziehungen zwischen Deutschland und Argentinien*. Frankfurt am Main: Vervuert, 2010: 21-52.
- Schmitt, Günter. *Schriftsetzer, Typograf. Ein Beruf im Wandel der Zeit*. Stuttgart: AT Verlag Aarau, 1990.
- Tato, María Inés. "Luring Neutrals. Allied and German Propaganda in Argentina during the First World War". En: Paddock, Troy (Ed.). *World War I and Propaganda*. Leiden, Boston, 2014: 322-345.