

José Enrique Rodó, empresario¹

Gustavo San Román

En 1999 el gobierno de Uruguay se propuso alentar una serie de eventos académicos, dentro y fuera del país, para conmemorar el centenario de la publicación de *Ariel* (1900), el famoso ensayo de José Enrique Rodó y probablemente la obra literaria nacional de mayor impacto fuera de fronteras. Uno de esos eventos fue una mesa redonda en la Sorbona en noviembre. Quien esto escribe estuvo allí, junto con otros académicos uruguayos radicados en Europa, y entre el público había representantes de la embajada uruguaya y de la comunidad de ese país residentes en París. La mesa redonda coincidió con una visita a la capital francesa de algunos dignatarios uruguayos, entre quienes se encontraba el presidente del Banco Central, un eminente economista. Este no asistió a la discusión en la universidad, pero al otro día conversamos sobre el autor durante el desayuno en la residencia del embajador, y me dijo que la filosofía idealista de Rodó había dejado como legado negativo un cierto desdén por el desarrollo económico del país. En su opinión, Rodó había sido perjudicial para los negocios uruguayos. El presente artículo fue escrito en parte como respuesta a ese economista, y también como complemento a la visión establecida de Rodó como alejado de los asuntos terrenales, en términos tanto de política como de dinero².

El material en que se basa proviene del Archivo Rodó, custodiado en la Biblioteca Nacional de Uruguay, y consiste sobre todo en correspondencia. El Archivo es voluminoso, se encuentra solo parcialmente catalogado y no cuenta con personal experto en todo su contenido, por lo que no puede afirmarse con seguridad que no existan otras piezas relevantes; en todo caso, se encontró suficiente información para justificar el presente informe. En lo que sigue me concentro en los siguientes proyectos, de forma concisa en los casos del primero y del último y con mayor detalle sobre los otros: 1. «Amambay» (1897); 2. «El Uruguay en su centenario» (1910); 3. «La campaña del Uruguay» (1911; 1913); 4. La traducción al inglés de *Motivos de Proteo* (1915-1916); y 5. «*Rapid-Fortune*» (sin fecha). Todos estos proyectos fueron infructuosos, pero otros dos, relacionados con enciclopedias para las que Rodó actuó como editor académico más que como administrador o gerente comercial, sí

alcanzaron el éxito. No hay espacio aquí para discutir estos dos, pero se mencionarán al pasar³.

Hay por lo menos un ejemplo más de actividad empresarial temprana del futuro escritor, según surge de una carta del 19 de abril de 1885, cuando tenía trece años (habiendo nacido el 15 de julio de 1871). El remitente es Baldomero J. Correa, un amigo de la infancia y juventud, y trata de la creación de un periódico. Rodó llevaba ya tiempo haciendo sus propios diarios, el primero de los cuales, *El Plata*, comenzó el 2 de febrero de 1881, cuando tenía nueve años. Más tarde fue editor de varios periódicos escolares, entre ellos *Los Primeros Albores*, un efímero diario impreso que podría pasar por uno de los órganos profesionales de la época. La carta de Correa hace referencia explícita a la meta de hacer dinero, aunque lo dice en broma. El amigo menciona unos recortes de diario que le había dejado la noche anterior, cuando Rodó se encontraba indispuerto en cama: «un pedazo de diario, donde te daba a conocer la manera como debíamos de hacer nuestro periódico». Piensa Correa que deberían hacer uso de una imprenta e incluir «alguna litografía y tipografía». Agrega que tiene «material para más de 6 meses» y propone que consigan una persona para entregar la publicación de casa en casa: «es necesario uno que reparta los periódicos en las casas de familia y especialmente donde halla [*sic*] muchachas y niñas». Al final de la carta hay una referencia al lado financiero; el tono es burlón, pero en todo caso demuestra un interés que podemos asumir compartía con su amigo y potencial colega editor: «¡Qué de plata vamos a ganar! [...] las ganas».

Se trata, como los otros periódicos en que estuvo involucrado Rodó, de un proyecto basado en la transmisión de cultura, y uno de sus biógrafos notó cómo en este periodismo infantil se encuentran las semillas de algunas de las ideas más conocidas del autor sobre el desarrollo de la juventud de América Latina⁴. Pero el próximo caso, el primero de la lista que consideramos aquí, tuvo como inspiración la ganancia monetaria.

Proyecto 1: «Amambay» (1897)

La información sobre esta empresa surge de una sola fuente, a saber, un contrato escrito a mano por Rodó y fechado el 18 de setiembre de 1897, cuando el autor tenía veintiséis años⁵. En él se define una sociedad entre dos personas, el escritor como «socio capitalista» y José Cabal como «socio industrial». La firma ha de llamarse «José Cabal y Cía.», y su propósito será la importación de yerba mate, té y

café mediante la marca «Amambay», que es el nombre de la provincia de Paraguay famosa por el cultivo de *Ilex paraguensis*, la hierba que se utiliza para tomar mate. Rodó ha de invertir «quinientos pesos oro», y las ganancias se dividirán según la siguiente proporción: «tercera parte para el socio capitalista y dos terceras para el socio industrial». El contrato es por cuatro años en principio e incluye disposiciones para los casos de fallecimiento o de desacuerdo entre las partes. El documento es interesante por dos razones. La primera es que demuestra la voluntad de Rodó de embarcarse en un negocio como inversor. No estaría involucrado en llevar adelante la empresa, y por lo tanto no abandonaría su interés principal en tareas intelectuales. El año, 1897, es el período de la penúltima guerra civil en la historia del Uruguay, en que los Blancos se sublevaron frente a un intransigente gobierno Colorado que había reducido su poder de participación política. La rebelión comenzó a principios de marzo y en una carta de finales de ese mes a su amigo y confidente Juan Francisco Piquet, Rodó habla de los efectos perniciosos que la guerra está teniendo en la vida cultural. De todos modos, su compromiso con «la noble vida del pensamiento y del trabajo intelectual» persiste: continuaría editando, junto con tres amigos, la *Revista Nacional de Literatura y Ciencias Sociales*, que había comenzado en 1895 (el último número aparecería a fines de noviembre de 1897), y publicaría sus ensayos *Rubén Darío* y *Ariel* en los próximos tres años⁶. De hecho, la fecha del contrato de Amambay coincide exactamente con la firma del tratado de paz que cerró el conflicto. El segundo punto de interés en el documento es que representa evidencia de que Rodó se encontraba en una situación financiera lo suficientemente desahogada como para enfrentar una inversión de cierta magnitud. Aunque Emir Rodríguez Monegal menciona «las dificultades económicas [...] invencibles» como una de las razones para el cierre de la *Revista*, su biógrafo Víctor Pérez Petit, y colega en la dirección del órgano no las incluye como motivo del cese⁷. Sabemos que las finanzas de la familia sufrieron una baja luego de la muerte del padre de Rodó en 1886, pero que una pequeña herencia de los parientes de Cataluña proveyó cierto alivio⁸. En cualquier caso, su capacidad de hacer un desembolso considerable debe tomarse como una señal de que su situación no era desesperada. Ninguno de estos factores -su disposición y poder de inversión en un negocio no relacionado con la cultura- se da en las tres empresas que pasamos a considerar a continuación.

El periodo que abarca la correspondencia relacionada con los principales proyectos ocupa el período entre 1910 y 1916, es decir, la media docena de años hasta su ansiado viaje a Europa, que finalmente se materializó el 14 de julio de ese año,

cuando Rodó asumió el puesto de corresponsal del semanario bonaerense *Caras y Caretas* (la última empresa, «*Rapid-Fortune*», no tiene fecha, pero es probable que sea de la misma época). El viaje lo llevó a Portugal, España e Italia, donde moriría, en un hotel de Palermo, nueve meses y medio después, el 1 de mayo de 1917. Se trata de un período en que los logros y la fama del autor habían alcanzado su punto álgido. Era reconocido y respetado internacionalmente luego de que su *Ariel* resonara en todo el mundo de habla hispana y generara un movimiento de autoconfianza e idealismo identificado como «arielismo». Su obra más ambiciosa, *Motivos de Proteo*, en la que había estado trabajando desde la publicación de *Ariel*, acababa de salir a la luz (1909) y también estaba inspirando gran admiración. En 1913 sacó la colección *El mirador de Próspero*, que reunía y revisaba material ya publicado junto con algunos nuevos ensayos.

Durante este periodo también ejerció, con cierta reticencia, como diputado en el Parlamento uruguayo. Fue legislador de 1902 a 1905, cuando dimitió para dedicarse a *Motivos*. En el año 1908 fue elegido diputado nuevamente, para una legislatura que duró hasta 1911, y continuó en el cargo durante un tercer y último período hasta 1914. Este es el momento en que su conflicto con el presidente José Batlle y Ordóñez, el gran modernizador de Uruguay, alcanzó su cúspide (Rodó se unió a las filas de los que rechazaban las ideas de Batlle sobre un ejecutivo colegiado al estilo suizo). Más importante para nuestros propósitos es el hecho de que este fue también un período de inestabilidad financiera para Rodó, que estaba a merced de acreedores. Dos de sus biógrafos aportan los antecedentes. Su gran amigo Víctor Pérez Petit habla de una visita en la que Rodó acudió a consultarle sobre un acreedor especialmente exigente, y cita las escuetas palabras del escritor: «Es una historia vieja -me dijo- salí de garantía y debo pagar por otro»⁹. Roberto Ibáñez, el organizador del Archivo Rodó, aporta más detalles al citar una emotiva entrada de uno de los diarios del autor: «Hoy, tres de mayo de 1906 a la una y media de la tarde, en la Biblioteca del Ateneo, donde estudio y trabajo; hoy, día y hora aciagos, con sensación de angustia que no me cabe en el pecho»¹⁰. Ibáñez dice que el detonante de esta crisis es una deuda, cuyos efectos iban a durar una década y que, por tanto, abarca el periodo de la principal correspondencia que nos interesa aquí:

«Se origina en una aventura económica. [...] Rodó, hombre de buena fe y hasta de inerme ingenuidad, fue engañado y estafado por tres sujetos a quienes había conocido en el ámbito palustre de la política menor. [...] el escritor se arriesgó en unas operaciones bursátiles, tentado por la posibilidad de recobrar lo que uno de aquellos

sujetos le adeudaba y *con la esperanza, también, de asegurarse una situación que le permitiera atenerse exclusivamente a su obra*. Inexperto y confiado, perdió cuanto poseía; e hipotecó su porvenir, por añadidura, por dos lustros. [...] Y en plena celebridad, padeció una crisis que le desmantelaba expectativas y sueños y que los demás no parecían sospechar siquiera. *Durante diez años, pues, resignándose a vivir del periodismo y la política abandonada hacía poco, debió aplicarse a redimir obligaciones que la usura convertía en el tonel de las Danaides»*.

(p. 15, subrayado agregado)

En resumen, durante la etapa que nos ocupa, Rodó estaba en su apogeo en términos de rendimiento intelectual y de respeto a nivel nacional e internacional, pero también en una depresión en lo que respecta a sus finanzas personales, teniendo que sobrevivir mediante su trabajo parlamentario y periodístico. Ambos aspectos -el respeto intelectual y la penuria económica- tienen relación con el material que se analiza en este trabajo.

Proyecto 2: «El Uruguay en su centenario» (marzo-mayo 1910)

En la correspondencia de Rodó hay indicios de varios emprendimientos potenciales donde se combinan cultura y dinero. Algunos de ellos tienen a Rodó como protagonista o socio principal; en otros, su nombre apoya proyectos ya existentes. Aquí nos ocuparemos principalmente de los primeros, empezando por dos que incluyen a Juan Antonio Zubillaga (1870-1957), un viejo amigo del autor. Zubillaga fue un prolífico periodista, crítico, escritor y, en 1904, director interino de la Biblioteca Nacional (como lo fue el propio Rodó, durante unos meses en 1900); fue también coeditor del primer volumen de la edición oficial de las obras completas de Rodó (1945). En la época que nos ocupa Zubillaga estaba viviendo en Buenos Aires, disgustado con el ambiente político de Uruguay. Compartía con Rodó una fuerte antipatía por la política del colegiado de José Batlle y Ordóñez, presidente de 1903 a 1907 y de 1911 a 1915, y con fuerte influencia durante el interregno de su simpatizante Claudio Williman. Zubillaga invitó a Rodó a participar en dos de sus proyectos.

El primero parece haber sido bastante efímero: una revista y/o periódico dedicado a aspectos culturales del Río de la Plata, con sede en Buenos Aires. Solo hay una carta de Zubillaga, fechada el 19 de marzo de 1910, sobre este tema. El emprendimiento fracasó porque no se pudo encontrar una imprenta en Buenos Aires con la tecnología adecuada para producir la publicación de calidad que deseaban y hacerlo a tiempo para las celebraciones del centenario de la independencia de las repúblicas del Río de la Plata, que tendrían lugar en mayo (un calendario muy apretado visto con nuestros ojos modernos, y quizás también una muestra de la afición de Zubillaga por proyectos poco realistas o demasiado ambiciosos). En esta carta Zubillaga también presenta otra aspiración, a saber, un libro general sobre el Uruguay.

En esta nueva empresa estuvieron involucrados otros dos hombres, uno de ellos como socio potencial, y de él tenemos bastante correspondencia; y el otro como figura en segundo plano que jugó el papel de obstáculo para los trabajos planeados por los otros tres. El primero es H. Clifford Walton, ciudadano británico o posiblemente estadounidense, que era el representante en Buenos Aires de la Sociedad Internacional de Editores. Este era el nombre local de la International Publishing Society, una empresa británica que comenzó con una sucursal en Buenos Aires y que luego tuvo oficinas en Estados Unidos y en toda América Latina; el fundador de esta editorial fue W. M. Jackson, que daría su nombre a una reencarnación posterior de la empresa. Walton consideró la idea de abandonar la Sociedad durante un tiempo, y finalmente se independizó. Fue sustituido por C. S. Howell primero y luego, cuando Howell se fue a Río de Janeiro para dirigir la sucursal de la empresa en esa ciudad, por Laureano Tuero; ambos mantuvieron posteriormente correspondencia con Rodó sobre otros proyectos. La segunda figura es Carlos Máximo Maeso (1855-1912), periodista y editor de periódicos uruguayos que fue autor de varias obras que celebran los logros de Uruguay, entre ellas el volumen bilingüe *El Uruguay a través de un siglo/L'Uruguay à travers un siècle*, que iba a echar por tierra las esperanzas de Rodó y sus socios para su propio proyecto¹¹.

La correspondencia sobre este proyecto es la más completa del Archivo en este ámbito de emprendimientos culturales, y abarca el periodo inmediatamente posterior al de la fallida revista de Zubillaga, es decir, de marzo a mayo de 1910. Las cartas se intercambiaron entre Zubillaga y Walton en Buenos Aires y Rodó en Montevideo. Gran parte de la correspondencia está dedicada al tema de la búsqueda de apoyo gubernamental en forma de un compromiso de compra de un número determinado de ejemplares, y a discutir qué hacer con la amenaza del libro de Maeso, que se estaba

preparando para su publicación al mismo tiempo. Zubillaga introduce la nueva empresa en la misma carta en la que informa del fracaso de su proyecto de revista:

«un proyecto, una gran empresa. Vd., yo, y él [es decir, Walton] constituiríamos una sociedad para publicar una obra, en un gran volumen de 600 páginas, con el más rico papel de obra conocido, ilustrado con los más ricos grabados, encuadernado con el lujo con que lo hace la empresa editora de la cual él es gerente, y análoga, en todo, a las que tienen hechas en los principales países de todos los continentes con la autorización y el concurso de los respectivos gobiernos»¹².

Zubillaga menciona el volumen que se está preparando sobre Argentina, como ejemplo y sin duda como inspiración. Se trata de una obra

«de propaganda como nunca se ha hecho hasta hoy; descripción de la geografía, de la historia, del comercio, de la industria, de las ciencias, de las letras, de las artes, de la política; en una palabra, la descripción más completa e ilustrativa del país, y de su vida económica, intelectual, política».

El libro sobre Uruguay se publicaría en español e inglés, y estaría copiosamente ilustrado con fotografías de lugares y de personas de varios ámbitos, y «todo hecho con [¿lujo?] excepcional». La estructura empresarial del proyecto pondría a Walton como encargado de obtener la financiación inicial y de la publicidad (principalmente anuncios de diversas empresas); Zubillaga sería el principal redactor del contenido, con la ayuda de Rodó si estuviera dispuesto. El papel principal de Rodó, como diputado en el parlamento uruguayo, sería buscar apoyo oficial y la suscripción del gobierno al proyecto: «la gestión de la suscripción oficial, por resolución parlamentaria, a un número determinado de ejemplares». El precio de la obra sería de 40-50 pesos y la tirada de por lo menos 10.000 ejemplares, ya que muchos de ellos irían al extranjero como publicidad de la nación. La redacción llevaría de ocho a nueve meses, y durante ese período -y esto sería, sin duda, música para los oídos de Rodó, tan falto de fondos en esos tiempos- «se nos costearían todos nuestros gastos con una elevada mensualidad». Además, las ganancias se repartirían a partes iguales entre los tres socios. En su siguiente carta, fechada el 22 de marzo de 1910, Zubillaga responde a preguntas concretas de Rodó (estas últimas no se encontraron en el Archivo). En

principio, Rodó parece satisfecho con «el negocio», pero quería saber más detalles: el costo de la obra sería de 60 pesos para particulares (por lo que ha subido en 10-20 pesos en pocos días), y 17 pesos para el gobierno, que debería comprar 3.000 ejemplares a un costo de 51.000 pesos. La distribución de los libros en el extranjero correría a cargo de los editores. Los anuncios costarían 400 pesos, y los anunciantes recibirían un ejemplar gratuito de la obra.

En su siguiente comunicación, de 5 de abril, Zubillaga aborda un escollo importante, probablemente planteado por Rodó en una carta anterior: el hecho de que está a punto de materializarse un proyecto muy similar al que ellos planean, a saber, la obra de Maeso, que ya había conseguido 15.000 pesos en compras comprometidas por el gobierno. Zubillaga dice que su obra es superior y, por tanto, debería obtener más respaldo gubernamental, y da otras razones. En primer lugar, la obra se publicaría también en inglés, lo que aumentaría su número de lectores; en segundo lugar, un alto nivel de suscripción gubernamental haría que el proyecto fuera más viable desde el punto de vista comercial, «porque [...] inspirará siempre más confianza en la seriedad y magnitud de la obra a los comerciantes e industriales y demás particulares que puedan interesarse en figurar en ella con sus personas o sus establecimientos». La tercera razón es algo que resulta muy extraño hoy en día, como probablemente también le pareció a Rodó en su momento, a saber, que el propio Walton estaba dispuesto a distribuir personalmente, durante sus viajes, los ejemplares comprados por el gobierno:

«Otra cosa que me indica Walton y que me parece muy bueno, porque importa una ventaja más para el Gobierno, es que le ofreceríamos hacer nosotros mismos el servicio de reparto de la obra en el extranjero, de esta manera: Uno de nosotros, que en este caso sería Walton, recibiendo del Gobierno los libros que destinara al exterior, los llevaría personalmente a Europa, donde en las principales ciudades entregaría gratuitamente un ejemplar a cada hotel de importancia, a cada club, a cada centro de reunión público que lo mereciera para su mayor y más conveniente divulgación, trayendo al Gobierno el testimonio debidamente legalizado de todas las partes en que hubiera colocado los ejemplares».

En el borrador de una carta a Zubillaga, fechada el 6 de abril, Rodó parece haber sido convencido por Walton del potencial del proyecto: «El pasado domingo me

entrevisté con el Sr. Walton. Después de los datos que me proporcionó, mi fe en el resultado de la empresa ha aumentado. Creo que el éxito puede corresponder a nuestras esperanzas». Rodó también ha llegado a ver la ventaja, en cuanto a ganancias, de trabajar fuera de la égida de la Sociedad Internacional: «Yo creía en las ventajas de la empresa ya constituida, para garantir la seriedad económica del proyecto, ante el Estado; pero el Sr. Walton me argumentó que de esta manera nuestros beneficios disminuirían considerablemente». Rodó cree que el nuevo arreglo funcionaría bien, porque Walton podría apoyarse en su experiencia con la Sociedad Internacional: «hay conveniencia en la nueva forma ideada, pues para garantizar la propuesta ha de bastar con referencias comerciales fidedignas». Se resuelve así «la parte material» del emprendimiento; en cuanto a los contenidos, «es claro que por lo que respecta a la seriedad de la obra en sí misma serán suficiente garantía nuestros nombres». Esta declaración sugiere que el propio Rodó asumirá al menos un papel de supervisión en la redacción de la obra. A continuación, reitera su opinión sobre el monto de la suscripción, que ya había manifestado en una carta anterior (tampoco hallada en el Archivo), a saber, que no debería ser demasiado alto. También cree que la persona adecuada para dirigirse al gobierno para solicitar la subvención debería ser Walton. Por último, señala con bastante astucia que es importante, a efectos publicitarios, obtener el apoyo de los periódicos, y propone que se conceda a todos ellos una media página de publicidad gratuita: «De esta manera, estaríamos en aptitud de esperar una propaganda unánime y constante, en favor de la idea». Concluye la carta prometiendo que «en cuanto tenga un rato desocupado pondré por escrito el proyecto de contrato para enviárselo». En efecto, más tarde elaboraría ese borrador de contrato.

En su respuesta, Zubillaga expresa su satisfacción por el efecto positivo que tuvo la entrevista de su amigo con Walton («Me alegro mucho que el negocio, después de esa entrevista, le parezca más conveniente que en el principio»), y hace otras puntualizaciones. En primer lugar, no está de acuerdo con Rodó sobre el papel de Walton en cuanto a dirigirse al gobierno. Tanto él como Walton creen que debe ser Rodó quien haga esa tarea:

«es nuestra opinión sobre la subvención que Vd., conocedor de los hombres a quienes tiene que dirigirse, está más habilitado para convencerles de que, dada la naturaleza e importancia de la obra, interesa al país y al gobierno contribuir en la mayor forma posible para que se realice debidamente un trabajo destinado a ser de tanta utilidad nacional».

A continuación, hace hincapié en el beneficio financiero para los tres editores, un aspecto que había señalado menos enérgicamente en su carta anterior:

«No olvide que como le dije en la carta anterior, con las entradas de la colocación de avisos y de las suscripciones podremos costear la impresión de la obra, con beneficios para nosotros, y que el importe de la subvención en su totalidad quedaría destinado para nosotros tres, por lo cual es interés común en que la cantidad sea todo lo mayor que se pueda conseguir, aparte de que esto da más importancia y prestigio a la obra».

En otras palabras: la suscripción por parte del gobierno a un número determinado de ejemplares a un precio reducido (17 pesos en vez de 60) sería toda ganancia a repartir entre los tres socios. Zubillaga y Walton hablan desde una experiencia del mundo de los negocios a un Rodó tal vez más inocente e inexperto en esa área (aunque ha de aprender, como veremos). En tercer lugar, tanto a Zubillaga como a Walton les gusta mucho la sugerencia del escritor de ofrecer a los periódicos una media página gratuita, «pues eso aseguraría una propaganda permanente». Por último, Zubillaga informa de que se ha reunido con el Sr. H. A. Cartwright, la persona que supervisaría la impresión de la obra en Londres y que se encargaría de la traducción al inglés. Al igual que Walton, Cartwright ha dejado la Sociedad Internacional.

Sin embargo, pronto empezaron a aparecer grietas en la empresa. En otra carta de Rodó a Zubillaga, del 13 de abril, de la que tenemos un borrador con varias correcciones, el escritor da malas noticias e introduce el tema que ocupará a los potenciales empresarios en la siguiente y última fase de la correspondencia, a saber, el estado del proyecto de Maeso y su percepción en círculos oficiales: «La noticia confidencial que hoy puedo transmitirle es más bien desfavorable». Le revela que el día anterior se encontró a solas con un colega, Rodríguez, justo antes del inicio de la sesión parlamentaria. Rodó sospecha que alguien ha interferido («juraría que alguien ha metido la pata»), y le informa lo que Rodríguez le ha contado sobre el libro de Maeso: que el día anterior se había solicitado una suscripción del Banco Hipotecario nacional; que la obra era «importantísima»; que se publicaría en cuatro idiomas: inglés, francés, alemán e italiano (resultó solo francés), así como en español; y que el

Estado había «contribuido a ella, dándole, en cierto modo, carácter oficial». Ello significa que «la propuesta de una obra similar quizás pareciese inoportuna». Rodó asegura a Zubillaga que respondió a las afirmaciones de Rodríguez con una enérgica defensa del proyecto de los tres socios:

«Yo procuré, como es natural, contrarrestar estos argumentos, le ponderé las ~~ventajas~~ [¿cualidades?] de nuestro proyecto y le pedí que no prejuzgase hasta hablar con el empresario, que vendría de un momento a otro y le daría más datos sobre el particular, haciéndole conocer el modelo de libro y proyecto».

Este último punto confirma la perspectiva de Rodó de no querer aparecer como el empresario, prefiriendo dejar ese papel a Walton. Parece no estar dispuesto a utilizar su influencia política como diputado, en contra de las expectativas de sus socios.

La valoración de Rodó es que el panorama no es favorable: «Pero lo vi bastante displicente y con mucho menos benévolas disposiciones que la primera vez, y me dejó algo alicaído». Rodríguez seguía dispuesto a ver a Walton, pero seguía diciendo que sería difícil, porque «Maeso le ha ganado de mano». Rodó agrega que habían sido demasiado optimistas al anticipar un aumento en la contribución del gobierno y que deberían considerarse muy afortunados si consiguieran, aunque fuera, 5.000 pesos. A continuación, añade -aunque luego lo tacha, quizás para no defraudar demasiado a Zubillaga- que los agentes de Maeso estaban ahora recorriendo bancos y otros establecimientos para conseguir apoyos y suscripciones para su proyecto. Su siguiente comentario es que Walton no tiene por qué enterarse de esto, y que deben proceder como está previsto: «De todo esto no hay por qué enterarlo a Walton. Ya que estamos en ello, sigamos adelante y que sea lo que haya de ser! Pronto sabremos a qué atenemos». Espera que el resultado no confirme sus propias palabras recientes a un amigo, pronunciadas en el contexto de «la absoluta inhospitalidad» hacia cualquier iniciativa progresista: «En este país no hay más que usura y guerra civil». Después de firmar y terminar con el comentario: «Disculpe el tono gris de esta carta», añade la siguiente sombría reflexión al amigo que vive en la vecina Argentina:

«Por mi parte, le deseo de todo corazón que eche raíces allí y no vuelva a nuestra tierra más que de paseo y para visitar a los amigos. Vd. dirá, seguramente, como me lo digo yo mismo, que tratándose de gastos de propaganda por el país, en dos obras

análogas pero no idénticas, es ridículo fijarse en \$5 o 6.000 más. Pero ¿qué quiere Vd.? Así están hechos nuestros hombres».

El Archivo contiene un borrador manuscrito de contrato para el proyecto en letra de Rodó. Puede haber sido redactado a petición de los otros dos, o por iniciativa propia, aunque por el tono general de la correspondencia, lo primero, dándole una tarea tan crucial como forma de atraerlo al emprendimiento, es más probable. A continuación, se citan los elementos más relevantes.

El objetivo del contrato es «publicar una reseña descriptiva de la República O. del Uruguay, con arreglo a las siguientes bases»:

1. La razón social será la de Walton y Cía. [O sea, fuera de la égida de la Sociedad Internacional.]
2. La obra será propiedad de los tres socios por partes iguales, debiendo repartirse, en la misma proporción, entre ellos, el importe de los beneficios.
3. Los Sres. _____ y _____ tendrán a cargo de las tareas relativas al plan, dirección y redacción de la obra. El Sr. _____ se encargará de la gestión administrativa [...] la negociación de suscripciones y los anuncios, los trabajos de propaganda, las relaciones con la casa impresora [...]. [Así se insinúa que Rodó estaría más estrechamente relacionado con las tareas de edición y escritura que en la idea original de Zubillaga, según la cual su labor principal consistía en obtener apoyo oficial, aunque también se le dio la opción de editar y escribir.]
4. El libro llevará el título de «El Uruguay en su primer centenario» y formará un volumen de 600 a 800 páginas, ilustrado, impreso y encuadernado con arreglo al modelo de la obra intitulada *Twentieth Century Impressions of Hong Kong, Shanghai and Other Treaty Ports of China*¹³. La edición se realizará en Inglaterra por la casa impresora de la referida obra-modelo.
5. La mitad de los ejemplares será impresa en castellano y la otra mitad en inglés, encargándose el señor _____ de gestionar la traducción a este idioma en condiciones que aseguren su fidelidad y corrección.
6. Después de anunciada por la prensa la publicación de la obra, se solicitará del Cuerpo Legislativo una subvención oficial. El precio de venta de cada ejemplar

será el de _____\$, salvo modificación que ulteriormente se convenga. [Lo que significa que Rodó deja abierto a discusión posterior este espinoso aspecto.]

7. Se admitirán anuncios de establecimientos industriales y comerciales [...]. Cada anunciador tendrá derecho a un ejemplar gratuito de la obra.
8. El importe de suscripciones y anuncios se cobrará, en parte, adelantado; y el dinero percibido por ese concepto será depositado en un Banco de Montevideo, de donde no podrá retirarse ninguna suma sin la conformidad de la mayoría de los socios.
9. El pago del costo de la impresión [...] así como cualquier otro gasto que fuere menester, se hará por acuerdo de los tres socios, y retirándose, al efecto, de los fondos depositados, la suma necesaria. [Esto demuestra, en efecto, que cualquier subvención del gobierno sería ganancia, como había indicado Zubillaga, ya que el costo de la impresión estaría cubierto por las suscripciones].

Las cláusulas 10 y 11 tratan de la contingencia de que uno de los socios quisiese extraer sus ganancias antes de haberse cubierto los costos de la impresión; «Y para que conste, firman tres de un tenor en Montevideo, a ____ de abril de 1910».

Zubillaga y Walton respondieron el 15 de abril adjuntando una versión mecanografiada y firmada del contrato, y solicitando la firma del propio Rodó. La carta también incluye comentarios que exudan sagacidad comercial de un tipo ligeramente incómodo. El estilo en general, asertivo y comercial, y el hecho específico de que una palabra española aparezca en ortografía inglesa (*session*) sugieren que Walton fue el redactor principal, aunque teniendo en cuenta los entusiastas consejos de Zubillaga en otra correspondencia, él también era capaz de firmeza y argucia. La carta comienza advirtiéndole a Rodó de que sea prudente ante Rodríguez, ya que es un amigo cercano de Maeso:

«Queremos someterle a su opinión una consideración que se nos ocurre y que creemos de utilidad. Es muy posible que Rodríguez esté interesado en la obra de Maeso, pues les une una gran intimidad. Por eso podría tener sus peligros el informar muy detalladamente al primero respecto del plan y magnitud de nuestra obra».

En cambio, le aconsejan que aplique su propia influencia en el Parlamento, para afectar el resultado de la comisión que ha de estudiar el proyecto. Con pocos miramientos, le proponen un doble enfoque, en primer lugar, a través de contactos personales:

«Acaso, fuera de mucha más utilidad que Vd. empleara su influencia con sus más íntimos amigos en la Cámara para convencerles de la superioridad de nuestro proyecto, y para conseguir su defensa y sus votos cuando informe la comisión a cuyo estudio se le someterá en la Cámara».

En segundo lugar, Rodó debería hacer uso de sus poderes de oratoria:

«En cualquier caso, el día de la session [sic] correspondiente, ese contingente decidiría en gran parte, la corriente de la opinión, secundando lo que Vd. hubiera hecho favorablemente al usar de la palabra».

Es evidente, entonces, que los dos socios se están sincerando sobre el papel de Rodó, que Zubillaga había manifestado en su primera carta sobre el tema: Rodó ha de influir en personas del gobierno y del Parlamento para que apoyen su proyecto. Pero enseguida minimizan su franqueza aludiendo al bien mayor que se derivará del proyecto:

«Hay que tener en cuenta que es de la mayor honestidad, y hasta patriótica la defensa que se haga del mérito de nuestro libro, pues es muy fácil demostrar su valor intrínseco poniendo a la vista del que quisiera darse cuenta de ello, el ejemplar modelo que tiene en su poder; no se trata, como es natural, de una sorpresa, se dispone de hechos evidentes que no admiten lugar a duda y que prueban que implican un verdadero servicio para los intereses del país, cuyo gobierno no hace ninguna obra extraordinaria con esa pequeña contingente con que va a concurrir a la edición de un libro que necesariamente tiene que ser muy costoso y del cual tantos beneficios va a recoger la nación».

En una carta enviada desde Buenos Aires a Walton (que se encontraba en Montevideo para iniciar las negociaciones con el gobierno), de fecha 22 de abril, Zubillaga habla más bien furtivamente del papel de Rodó: «Él se me expresa muy agradado por el éxito relativo que Vd. alcanzara en ella, y yo lo felicito como por el primer triunfo». Luego subraya el potencial de las conexiones de Rodó en la prensa: «Con la influencia de nuestro socio, le va a ser a Vd. muy fácil conseguir la propaganda de la prensa de allá; cuando publiquen algo envíemelo y a Rodó». Una vez más hace gala de su criterio algo precipitado en cuanto al costo de la obra para el gobierno, que ha vuelto a subir (desde el precio original de 17 pesos):

«Respecto de lo que me consulta, le contesto: con mi desconfianza irreducible acerca de estas gentes, no puedo dejar de suponer que van a tomar pocos ejemplares, y por consiguiente es necesario establecer el precio en proporción con esa sospecha. Por eso, si yo creyese que iban a suscribirse a (1.000) mil ejemplares, pediría treinta pesos por cada uno; si pensase que tomaran (2.000) dos mil, fijaría el precio del volumen en veinte pesos; y si tuviera motivos para esperar sólo una suscripción de (500) ejemplares, entonces señalaría su costo en cuarenta pesos por libro».

Luego continúa, más astuta y directamente:

«Usted me dirá: "¿Cómo saber el número que aceptarán?", y no tengo más que esta respuesta a eso: ese conocimiento nunca puede ser más que relativo, pues la cantidad de libros que el gobierno comprará sólo puede presumirse de las posibilidades que ante su juicio arrojen las conferencias con quienes decidirán eso. Es una cuestión de tacto, de pulso, de ojo clínico: es en los diagnósticos difíciles donde se ponen a prueba los mejores médicos. Cuando el caso es grave, los galenos más célebres consultan: hagan pues, consulta con Rodó, y determinen, con responsabilidad bipartita, la [¿dosis?] de [ilegible] que crean eficaz para [¿desenfadar?] el estómago demasiado cargado del presidente [Claudio Williman]».

Walton escribió al Parlamento el 26 de abril. El objetivo de la carta no es pedir una subvención, sino una suscripción a un número determinado de ejemplares. La carta se abre con la declaración de que Uruguay se encuentra en una posición

desfavorable en cuanto a su percepción por parte de la comunidad internacional si se lo compara con otros países vecinos, especialmente Argentina y Brasil, aunque no menciona títulos precisos¹⁴, y se refiere específicamente a los recientes libros sobre Chile de Eduardo Poirier y sobre la República Dominicana de Enrique Deschamps¹⁵. A continuación menciona el compromiso de su empresa de distribuir ejemplares en lugares pertinentes, como Zubillaga le había mencionado a Rodó, aunque Walton dice que los encargados de la distribución serían los agentes de la empresa y no él mismo, y termina la carta con el costo por unidad de la suscripción del gobierno: 6 libras esterlinas. Dado que el tipo de cambio constante libra-dólar bajo el Patrón Oro antes de 1914 era de US\$ 4,86 = £1, y que el peso en 1910 era equivalente a US\$ 1,03, significa que el coste por libro era de 30 pesos uruguayos¹⁶. Walton seguía así la propuesta del medio de Zubillaga.

En la siguiente carta, fechada el 28 de abril, Rodó (firmando como «Próspero») informa a Zubillaga sobre el efecto de la presentación de Walton en el Parlamento uruguayo. Su primera observación es que el apoyo oficial a la obra de Maeso es fuerte: «Puede darse por averiguado, en primer término, que la otra obra tiene más hondas raíces oficiales de lo que pensábamos». Su segundo comentario es que no hay ninguna posibilidad de patrocinio significativo para el proyecto que les concierne. Rodó supo por «un amigo de confianza [...] en los corrillos de la Cámara» que en otra comisión, que discutía el apoyo financiero a un monumento que celebraba la primera rebelión importante en la sucesión de acontecimientos que llevaron a la independencia del país (el Grito de Asencio, del 28 de febrero de 1811), un diputado «muy vinculado con el Presidente» informó que éste había pedido que no se utilizaran fondos para «objetos imprevistos» durante el presente ejercicio presupuestario. Añade además que, aunque el proyecto ha causado una buena impresión en la mayoría de los parlamentarios, varios de ellos consideran que los precios que se manejaban eran demasiado altos: «exagerados (y hasta disparatados)». Añade Rodó que eso hace eco de su propia evaluación: «Esta impresión confirma lo que yo sospeché siempre, como Vd. sabe». En cambio, los precios de Maeso son razonables, a 10 pesos por ejemplar y a 50 pesos por página de anuncios (frente a los 30 pesos por ejemplar propuestos por Zubillaga y Walton); y además, los que están en contra del nuevo libro dicen que propone el mismo formato y extensión de páginas, y que a diferencia de los cuatro idiomas de Maeso, pretende salir solo en dos. La situación en el seno de quienes han de decidir no es, pues, prometedora: «En la Comisión tenemos amigos... y adversarios. Los primeros lucharán; los otros, es de presumirse que harán lo mismo».

Fuera de la cámara baja existe apoyo, en general, aunque la opinión es que luego de la obra de Maeso la demanda de publicidad habrá disminuido, sobre todo dados los mayores precios solicitados por el nuevo proyecto. Rodó resume la situación como «de duda, con cierto matiz de pesimismo». Su postura es la de seguir impulsando la empresa, pero no tiene muchas esperanzas. De hecho, declara explícitamente la necesidad de salvar las apariencias y la dignidad: «Moveré las influencias que sean compatibles con la discreción y con la conveniencia de no recibir demasiado de frente el desaire de un fracaso». Le pide a Zubillaga que transmita los detalles a Walton: «Reserve ésta en la parte que le parezca, y trasmita, en esencia, lo demás».

En una última carta sobre este proyecto, Walton escribe el 23 de mayo, apoyando la justificada cautela de Rodó en cuanto a impulsar el proyecto:

«Referente a nuestro asunto he notado todo lo que me indica y, como Vd., creo que no debíamos de arriesgarnos a una decisión adversa de ninguna manera y sobre todo tomando en cuenta el hecho de que es Vd. un miembro de la Cámara, y, por lo tanto, poniéndome en el caso de Vd., tratándose de una situación tan delicada, me conduciría de la misma manera».

Resulta entonces que Walton es más razonable que el excesivamente entusiasta Zubillaga. De todos modos, Walton insiste en el potencial del negocio:

«Pero, vuelvo a repetir que este negocio puede llegar a obtener un éxito brillante y, por lo que Vd. ha tenido a bien manifestarme, sé que Vd. comparte la misma opinión y no perderá de vista todo cuanto pueda redundar a favor nuestro».

Tanto la sensatez de Walton como su afán por continuar con ese posible negocio contribuirían a la buena disposición de Rodó para compartir una nueva empresa con él.

Esa fue la última carta sobre el proyecto del libro sobre Uruguay -por fin, no llegó a materializarse-, y Walton parece haber retornado a la Sociedad Internacional, luego de probar el trabajo independiente. En el Archivo se custodia un documento, escrito en las páginas de un cuaderno sin tapas, que contiene un plan de la estructura del

volumen proyectado. Contiene títulos y estimaciones del número de días que llevaría redactar cada parte, como por ejemplo la siguiente, relativa a la sección de historia, que trata probablemente del ensayo sobre Artigas, el héroe nacional uruguayo: «Bauzá-S. Martín-Belgrano-C. M. Ramírez-Z. de San Martín». Una nota añade el tiempo estimado que se tardaría en escribir esta sección: «13 días»¹⁷.

Podemos concluir sobre este proyecto, el más ambicioso personalmente para Zubillaga, que (1) éste fue demasiado entusiasta y poco realista, sobre todo en cuanto a las expectativas económicas (los precios estimados eran demasiado altos, los plazos demasiado ajustados); (2) Rodó tomó la idea con entusiasmo, como cabía esperar de un hombre en una situación financiera difícil que también se interesaba por los emprendimientos culturales, pero era más cauto, y cuando tomó parte en el proyecto al redactar el contrato, se acercó a la escritura y se alejó de las negociaciones comerciales en sí, que asignó plenamente a Walton; (3) Rodó no se negó a utilizar su influencia entre sus colegas, pero se manejó con cuidado y cesó en el intento cuando se dio cuenta de que no daba frutos y se estaba colocando en una situación incómoda; (4) la causa última del fracaso fue el libro de Maeso, que sí llegó a buen puerto, a diferencia de esta segunda aventura comercial fallida de Rodó.

El escritor tuvo éxito con otros dos proyectos relacionados con la Sociedad Internacional, que son tema para otro trabajo (señalado en la nota 3.): el primero fue la *Biblioteca internacional de obras famosas*, una antología de la literatura universal en veinticuatro tomos que salió en 1910; y el segundo, *El tesoro de la juventud*, una enciclopedia para niños en veinte tomos (c. 1916). Estas empresas, generalmente no mencionadas en los estudios sobre Rodó, lo involucraron en las funciones intelectuales y pedagógicas que asociamos naturalmente con él, más que con una función de gestión o de marketing, y por esa razón no pertenecen a la misma categoría que los proyectos que se analizan aquí. En ambos casos actuó como colaborador y editor, y los emprendimientos le aportaron algo de dinero, aunque no lo suficiente como para aliviar su penuria de forma definitiva. Entre estos dos proyectos, Rodó intentó llevar adelante su propia empresa, en la misma línea de la que no pudo competir con la obra de Maeso.

Proyecto 3: «La campaña del Uruguay» (abril-mayo 1911; agosto 1913)

El desencadenante de la nueva aventura comercial parece esta vez haber sido Rodó, e involucró también a Walton y a un terrateniente, un Sr. Muiños. La correspondencia que tenemos es entre Rodó y Walton, y tuvo lugar principalmente en abril y mayo de 1911, aunque luego de un período de silencio hay también una carta algo enigmática de Walton, fechada en agosto de 1913, que puede estar relacionada con el mismo asunto. El proyecto, también frustrado, apunta a un nuevo interés de Rodó, a saber, el mundo rural, algo quizás inesperado para un escritor habitualmente asociado a la vida urbana.

La primera carta, de Rodó en Montevideo a Walton en Buenos Aires, está fechada « de abril 1911» (con un espacio en blanco para la fecha), y es un borrador manuscrito en papel membretado del Círculo de la Prensa, Montevideo, institución de la que el escritor era presidente en ese momento. Rodó da más detalles sobre un tema que había abordado recientemente con Walton en persona. La carta comienza así:

«Cuando le hablé, en nuestra última entrevista, del proyecto relativo a la publicación de una obra sobre la campaña del Uruguay, ya hacía algún tiempo que venía meditando esta idea, pero nada le dije en definitivo porque faltaba todavía encontrar al hombre que, por sus vinculaciones con los propietarios rurales y ganaderos, y en competencia especial [ilegible] pudiera sernos útil para dicha obra. Pues bien, ahora lo he encontrado. [...] Y por eso puedo decirle que envío estas líneas para que tratemos de cambiar ideas sobre el particular».

El resto de la carta muestra que ha aprendido del anterior y fallido intento de competir con el volumen de Maeso, al que hace referencia explícita:

«Se trataría, como ya se lo manifesté, de una obra expositiva de las riquezas y progresos de La Campaña del Uruguay, sobre un plan análogo al del libro que anteriormente habíamos pensado, pero especializándose en la ganadería y agricultura».

Rodó es consciente de la necesidad de apoyo financiero, que en este caso vendría de los estancieros cuyos propios establecimientos se describirán en el libro:

«La base económica la daría la contribución [~~en parte anticipada~~] de los hacendados por la publicación de reseñas de sus establecimientos. Los hacendados se cuentan, próximamente, en número de [espacio en blanco], entre los 19 departamentos de la República».

En principio, no sería necesario que el Gobierno se suscribiera, pero eso podría venir más adelante:

«La suscripción del Estado vendría por sí misma después de publicada la obra, pero no sería indispensable para que esta resultase un negocio afortunado. Bastaría para ello con la suscripción particular, que es segura».

La persona clave a la que se hace referencia es un hombre llamado José A. Muiños, socio de «la acreditada firma 'Victorica y Muiños'» y muy conocido en el medio rural de Uruguay como «representante comercial de los más importantes cabañeros y hacendados del país, y organizador de varias exposiciones y [¿premios?]. El hombre también tiene la ventaja de haber sido periodista en varios periódicos, entre ellos el importante diario liberal *El Siglo*, donde escribía sobre «las cuestiones rurales y ganaderas y ha recorrido muchísimas veces la campaña, que conoce perfectamente». Es, «en una palabra, el hombre que necesitamos para el caso». Además, el propio Sr. Muiños se muestra muy entusiasmado con el proyecto:

«me manifestó que estaba convencido de que era una gran idea y que no tenía la menor duda sobre el éxito brillante de un negocio así, contándose con los elementos de propaganda de la «Sociedad Internacional» ~~en este momento~~ y con las vinculaciones y relaciones de él y ~~las mías~~ la dirección mía.»

Este último cambio en el borrador es muy significativo: Rodó se decide en contra de asumir el papel de proveedor de las conexiones, y elige en su lugar el de supervisor del proyecto. Puede que se trate de un lapsus, o más bien de la demostración de su incomodidad para utilizar su propia influencia: esto sería coherente con su postura en el proyecto anterior. En cualquier caso, Rodó no estaba bien relacionado con

estancieros, sino más bien con políticos, y esta vez ese apoyo no era necesario, al menos en esta fase inicial.

La carta continúa con una referencia al proyecto anterior, ya que los nuevos socios actuarían «sobre la base de un contrato análogo al que habíamos hecho entre Zubillaga, usted y yo». Rodó añade que «a pesar de mi criterio habitualmente pesimista» se siente confiado en el plan, y piensa que sería una pena no aprovechar un momento en el que «la Sociedad Internacional está de moda y ha adquirido tanta popularidad», en lo que debe de ser una referencia al éxito de la *Biblioteca internacional de obras famosas* en la que ha participado. Pasa a preguntarle a Walton cuándo tiene previsto venir a Montevideo para hablar del asunto y reunirse con el Sr. Muiños, y termina con un mensaje de urgencia no exento de humor, sobre todo desde la perspectiva de la imagen recibida de un Rodó poco mundano y desconocedor de los negocios; también contiene un trozo de (mal escrito) inglés:

«No es bueno apresurarse demasiado, pero tampoco conviene perder tiempo, pues debemos temer que se presente algún nuevo Maeso que se nos adelante, o que la empresa Lloyd extienda su trabajo en campaña y nos incomode. 'Times ist money' [sic]».

Walton respondió desde Buenos Aires el 24 de abril, en una carta mecanografiada en papel membretado de la Sociedad Internacional. Tiene previsto venir a Montevideo la semana siguiente, y mientras tanto pregunta si el libro sobre el Uruguay rural será solo en español, y si Rodó puede averiguar por Muiños cuántos estancieros estarían interesados en apoyar el proyecto. Habiéndose enterado por Zubillaga del banquete en honor a Rodó que el Círculo de la Prensa iba a dar esa misma noche, le expresa sus felicitaciones. En su próxima carta, del 3 de mayo, esta vez manuscrita, Walton pregunta si Muiños está de acuerdo en formar la sociedad para publicar el libro, y sugiere que el nombre de la Sociedad Editorial Internacional, como «razón social», debería aparecer «en Inglés, siempre imprimiendo dicho nombre en Inglés». También pregunta si Rodó ha conseguido ver al «Presidente de la Asociación de Hacendados y el Ministro», y solicita una pronta respuesta. Una nueva carta de Walton unos pocos días después, el 9 de mayo, de nuevo escrita a mano, dice que es muy importante concentrarse en la elaboración de un prospecto para la obra prevista. Ese texto se

convertirá en «el primer golpe y, por consiguiente, mucho dependerá del interés y simpatía que dicho prospectus pueda atraer hacia nuestra empresa».

El editor también cree necesario obtener cartas de personas relevantes que respalden el proyecto, entre ellos un estanciero anónimo especialmente poderoso, e incluir al final del prospecto «personalidades como ser el Sr. Ministro, Presidente de la 'Sociedad Rural', ese Sr. dueño del gran Establecimiento, etc.». Los propietarios que lean el prospecto responderían por carta, y sus correspondencias se recogerían en un folleto a entregarse a los viajantes que recorrerían el interior del país para recoger suscripciones para el libro. Otra sugerencia es obtener fotografías de esa estancia tan importante y de su propietario, también para añadirlas a las carpetas de los vendedores:

«Hago esta observación en la creencia de que tal vez sería mejor que entrara por los ojos. De todos modos, haciendo un buen grabado del Señor, mostrándoselo a otro diciéndole que así aparecerá en el libro (siempre que así sea) el cliente o candidato no ha de querer figurar menos que Don Fulano».

El próximo documento en el tiempo es el contrato mecanografiado, firmado en Montevideo, en mayo (sin día) de 1911 por Rodó y Muiños. El título provisional del proyecto es «La campaña del Uruguay: su riqueza y sus progresos». La división del trabajo es similar a la del fallido libro sobre Uruguay, con Rodó a cargo de la edición («la dirección general de la publicación, y la redacción de los resúmenes generales que en ella se inserten, así como de las monografías históricas y descriptivas»), que era la función original de Zubillaga en la obra anterior. Muiños se encargaría de las notas sobre cada estancia: «las reseñas particulares de cada establecimiento, así como también de proporcionar los datos relativos a la parte técnica agropecuaria». Walton se ocuparía de la administración, la publicidad y las relaciones con la imprenta. Una oficina, sus empleados, y el equipo de ventas itinerante, trabajarían por porcentajes y comisiones. Las contribuciones de otros escritores podrían considerarse «siempre que esto importe poco desembolso». En una carta del 10 de mayo Walton acusa recibo del contrato y está de acuerdo con el último punto («conviene solicitar el ayuda [*sic*] de especialistas siempre que el negocio lo permita»). A continuación, habla de obtener direcciones de apartados de correos y del estilo y de las firmas más adecuadas para las solicitudes a los estancieros para la inclusión de sus propiedades en el libro.

Finalmente, felicita a Rodó y a Muiños por su eficiente trabajo: «La verdad es que no han perdido mucho tiempo [...] y es nota bien grata tener esta manifestación de interés en nuestra empresa».

El siguiente documento es el borrador de una carta, fechada en 31 de mayo, dirigida por Rodó al Ministro de Industria. Se trata de un texto muy interesante, ya que el escritor se dirige a un abogado y distinguido historiador de Uruguay, Eduardo Acevedo (1856-1948). Rodó escribe en plural, presumiblemente en su nombre, en el de Muiños y en el de Walton, como representantes de la Sociedad Editorial Internacional. La Sociedad, dice,

«proyecta dedicar sus poderosos elementos de propaganda a la publicación de una grande obra descriptiva e informativa de la riqueza agrícola y ganadera de este floreciente país, comprendiendo en ella todo lo que pueda concurrir a dar idea acabada de la importancia excepcional y creciente del Uruguay como país productor en aquel género de actividades».

Explica que la obra prevista llevará el título «La campaña del Uruguay: su riqueza y sus progresos» y que su objetivo es reunir información abundante y fiable, presentada de forma atractiva y eficaz, de un modo que «concilia con las exigencias de una obra elevadamente utilitaria y de propaganda nacional, las de un libro de consulta para los especialistas y de lectura para todos». (Es interesante ver el término «utilitario» utilizado en un sentido positivo por el autor de *Ariel*.) El objetivo, continúa, es proporcionar «la reseña fiel y circunstanciada de todos los establecimientos de campo del país que tengan alguna importancia, como exponentes de su riqueza y de su progreso», añadiendo que esto es de por sí un recurso clave «para realzar la dignificación de la obra en su carácter de medio de propaganda para el conocimiento mundial de las excelencias y ventajas del rico suelo uruguayo». El tema de la «propaganda» a favor del país queda entonces expresado con insistencia. En una primera versión de la nota, Rodó se incluye a sí mismo dentro del grupo de redactores, pero luego, probablemente por modestia, tacha su nombre:

«Caracterizados escritores nacionales tendrán a su cargo las distintas partes de la obra, ~~contando desde ya con el concurso que [ilegible] don José Enrique Rodó para la parte histórica y descriptiva~~ y las fuentes de información serán siempre las más insospechables, fieles y abundosas».

Es importante destacar que no pide al gobierno apoyo financiero (como había ocurrido antes), sino información, y la opinión del ministro sobre la empresa:

«Al poner en conocimiento de V. E. nuestro referido propósito no es nuestro ánimo otro que el de solicitar a su benevolencia que, si considera tal pensamiento digno de su valioso apoyo, se digne recomendar a la oficina de su dependencia que se nos franqueen todos aquellos datos que puedan ser conducentes a la mejor realización de la obra, ofreciendo desde ahora someter a la aprobación de las mismas oficinas la publicación de los datos que en ellas se nos suministran. Al propio tiempo, agradeceríamos a V. E. su autorizadísima opinión sobre la conveniencia e importancia de la idea que nos proponemos realizar, si ello no ofrece a V. E. mayor dificultad.»

No se ha encontrado en el Archivo la respuesta del ministro, y de hecho no hay más correspondencia sobre este tema. Es evidente que este proyecto tampoco llegó a fructificar. Hay una carta más de Walton, de fecha 28 de agosto de 1913, que posiblemente se refiera al proyecto (y hay otras tres del mismo remitente antes de esta, sobre otro tema: la preselección de candidaturas para un nuevo monumento nacional a Artigas¹⁸). Se trata ahora de un Walton que trabaja por su cuenta y la misiva trata de una nueva propuesta de Zubillaga, pero no es fácil apreciar los detalles. Walton dice que acaba de recibir una carta de Rodó del 25 de agosto, y agrega:

«referente al asunto tratado con el Sr. Zubillaga, francamente no sabía a qué atenerme teniendo presente otras conversaciones con Vd. Sin embargo, cuando tuve el placer de recibirle al Sr. Zubillaga, y como le manifesté a dicho Señor, en ese momento me era imposible a causa de mi trabajo a favor de la Sociedad Internacional».

A continuación, dice que ya ha dejado la Sociedad Internacional y que en cuanto termine un asunto que tiene entre manos podrá ocuparse de la nueva propuesta, cuyos detalles son vagos, aunque parece involucrar al trío original de hombres, al menos en una versión del proyecto:

«Tenga la seguridad, Sr. Rodó, que espero poder realizar un brillante negocio con Vd., y si bien parece que me demoro mucho, se debe simplemente a mi carácter de medir bien mis pasos y, a fin de conservar algunos buenos hombres con quienes tengo confianza, he buscado algo que me parece servirá para proporcionarles las necesidades de la vida a la vez que deje algo para mí. Lo que yo no sé es si Vd. ahora se interesa más por lo propuesto por el Sr. Zubillaga o bien por lo que fue motivo de nuestras conversaciones de antes».

No se han encontrado más detalles de este nuevo proyecto, aunque la carta sugeriría que la inclinación de Rodó por los emprendimientos comerciales no ha desaparecido del todo. En cualquier caso, el asunto del libro sobre el Uruguay rural parece haberse cerrado. El intento de Rodó de llevar a cabo un plan de iniciativa propia ha fracasado, pero demuestra que ha aprendido del fiasco de competir con Maeso que no debe depender de financiación gubernamental.

Proyecto 4: la traducción al inglés de *Motivos de Proteo* (1915-1916)

Este asunto surge de una correspondencia con el sucesor de Walton en la oficina de Buenos Aires de la Sociedad Internacional, C. S. Howell, posiblemente estadounidense. Las cartas comienzan en julio de 1915, cuando Howell se refiere a una conversación con Rodó en Montevideo, y se ofrece a consultar al presidente de la Sociedad Editorial Internacional, W. M. Jackson. Una carta del propio Jackson le informa que ha de viajar de Londres a Nueva York y que consultará personalmente con sus contactos entre editores estadounidenses durante el viaje. Una intervención de tan alto nivel es señal del reconocimiento de Rodó dentro de la Sociedad, que se basa en su trabajo como editor y colaborador de dos de sus proyectos más importantes y exitosos en el mundo de habla hispana, los ya mencionados *Biblioteca Internacional de Obras Famosas* y *Tesoro de la Juventud*. Una carta de Jackson desde Nueva York (la única en inglés entre la correspondencia examinada en este trabajo), fechada en mayo de 1916, proporciona malas noticias: a causa de la guerra, «[English] publishers in common with most business concerns are following a policy of the greatest possible conservatism and hesitate to undertake almost any new enterprise» (los editores [ingleses], al igual que la mayoría de las empresas, están siguiendo una política de

conservadurismo y dudan en emprender casi cualquier nueva iniciativa). Por su parte, en los Estados Unidos, «while conditions generally are much better, the prices of all materials used in publishing have advanced enormously and the publishers appear to be interested only in such propositions as those which promise them very large sales and consequently quick returns» (aunque las condiciones son en general mucho mejores, los precios de todos los materiales utilizados en la impresión han subido enormemente y los editores parecen estar interesados solo en aquellas propuestas que les prometen grandes ventas y, por lo tanto, rápidos rendimientos). Jackson le ofrece su ayuda «in more settled times» (en tiempos más tranquilos), cuando sin duda «a publisher for an English edition of your work could be found» (se podrá encontrar un editor para una edición inglesa de su obra).

Las esperanzas de Rodó de conseguir una versión en inglés de sus *Motivos* resultaron, pues, frustradas. No se enteraría de la traducción norteamericana del hispanista puertorriqueño Ángel Flores, que salió a la luz de forma póstuma (Nueva York, 1928, y Londres, 1929). Cabe destacar que Rodó eligió esta obra en lugar de *Ariel* al abordar a la editorial (*Ariel* tendría su primera versión en inglés en 1922, y una segunda en 1988), lo que es una muestra del valor que él mismo concedía a este volumen, sin duda el más ambicioso y el más cercano a su corazón. En una última carta de la oficina de Buenos Aires, el sustituto de Walton y Howell, Laureano Tuero, le escribe a Rodó el 11 de julio de 1916 para expresar sus mejores deseos por su inminente viaje a Europa. También le dice que, si fuera a pasar por Londres, debería visitar al Sr. Jackson, «quien tendrá sumo gusto en verle y serle útil en lo que pueda. Su dirección es: 22 York Place, Londres, N».

Proyecto 5: «Rapid-Fortune»

Al igual que «Amambay», esta nueva empresa parece no tener ninguna relación con la cultura, y su principal objetivo es el beneficio económico. Tiene un vínculo con el proyecto principal de los que hemos discutido, a saber, la participación de Zubillaga, ahora con un nuevo tercer socio de apellido Felippone. El único documento que se conserva (n.º 33029) relacionado con este proyecto es una carta sin fecha y sin firma, aunque tiene el siguiente comentario añadido, a lápiz, de Zubillaga al final:

«Rodó: Estos apuntes que me remite Felippone hoy confirman cómo sería lo que ya yo le decía anoche. Me dice Felippone que no es posible, pues, hacerlo con el

Banco, y sí solo con la persona que Vd. tiene como candidato. Zubillaga. Hasta el lunes a las 11 y $\frac{1}{2}$ ».

La carta trata del establecimiento en el país de una empresa financiera (presumiblemente norteamericana) llamada *Rapid-Fortune*. Se utiliza una sigla, «el B. de P. I.», que debe de denotar un banco local, tal vez relacionado con Industria o Inversiones. Parece tratarse de una institución privada y no estatal. El documento está encabezado por la siguiente declaración: «Motivos (que no son de Proteo), por los cuales no me parece conveniente proponer la fundación de 'Rapid-Fortune', al B. de P. I.». El autor procede a enumerar las razones por las que los tres socios no deberían dirigirse al BPI para obtener apoyo financiero, que incluyen (1) que el BPI tendría que consultar a sus propios accionistas, lo que llevaría tiempo y alertaría a otros posibles capitalistas sobre el negocio propuesto; (2) que el BPI es el agente local de otra institución financiera, «la B. de N.», cuyos intereses chocarían con los de *Rapid-Fortune*; (3) la probable aspiración de BPI a obtener 50% de los ingresos de *Rapid-Fortune*; (4) la falta de voluntad de BPI de invertir dinero en algo que -a diferencia de sus actuales vínculos con la BN- puede conllevar riesgos. Como alternativa, Felippone propone que se busque capital de otras fuentes, preferiblemente «buscar una, dos, o tres personas, bien conceptuadas, para que contribuyan con la suma de \$4.000 a la formación del capital inicial de 'Rapid-Fortune'».

Una vez más, no se encontró otra información sobre este emprendimiento, y debemos concluir que también fracasó, como el resto de los proyectos estudiados anteriormente.

La participación de Rodó en estas diversas empresas ofrece una imagen del hombre bastante más compleja de lo que cabría esperar a partir de la lectura de su obra más conocida. Resulta evidente que no vivía en una torre de marfil en cuanto a su relación con el dinero. En primer lugar, hemos visto que el interés por obtener fondos por sí mismos ya estaba presente en 1897, con la empresa Amambay, y continuó hasta su madurez, con el intento de *Rapid-Fortune*. Ambos proyectos dan prueba de un fuerte espíritu emprendedor, inspirado o por la penuria financiera (en el caso del segundo negocio) o por una inclinación más general por ganar dinero (como en el primero).

El segundo hallazgo, por otro lado, es que la mayoría de sus intentos de establecer negocios estuvo relacionada con la cultura: tanto «El Uruguay en su centenario» como «La campaña del Uruguay» lo demuestran expresamente; también lo indican sus ensayos en el periodismo siendo aún un niño, y su papel como colaborador y editor de la antología literaria y de la enciclopedia infantil mencionadas anteriormente. Es en esta esfera de su propia competencia donde pudo actuar con la mayor seguridad. Es allí también -y este es un tercer aspecto (aunque no tan inesperado) que se desprende de lo que hemos examinado- donde podemos apreciar su prestigio, tanto a nivel nacional como, especialmente, a nivel internacional. Por otra parte, el tipo de emprendimiento que hemos visto que Rodó está dispuesto a desarrollar, consistente en escribir para las masas más que para una élite, significa otra mella en cierta imagen recibida del autor.

Por último, podemos ver en la actitud del escritor hacia la empresa tanto constantes como evolución. En el primer caso están su determinación de no traspasar ciertos límites profesionales y morales, como el uso inadecuado de su influencia parlamentaria; su cautela y sensibilidad hacia precios y suscripciones, que lo acercan más a un Walton pragmático y centrado que a su enérgico, pero demasiado entusiasta, amigo Zubillaga; su conciencia y responsabilidad respecto a los contratos, que tendía a redactar él mismo. En cuanto a su evolución, la vemos en su creciente confianza y tacto en el trato con el gobierno, como se ve en su acercamiento al ministro buscando su apoyo para «La campaña del Uruguay».

¿Qué le sugiere esta investigación al preocupado economista uruguayo que mencionamos al principio? Él probablemente sostendría que las experiencias de Rodó muestran que no era un buen hombre de negocios, lo cual es una evaluación justa, aunque también tendría que conceder que sus proyectos tuvieron serios obstáculos. Por otro lado, debería reconocer la evidente determinación del escritor por alcanzar el éxito e intentar nuevas empresas. Es difícil de negar, en fin, que estos son indicios de un espíritu emprendedor, y por lo tanto un aspecto de la personalidad del intelectual más internacionalmente célebre de su país que nuestro economista debería aceptar alegremente.

Notas

1 Traducción, por el autor, de «Money, Culture and Enterprise in José Enrique Rodó», *Modern Language Review*, 140, 1 (enero de 2009), pp. 83-105. La tarea de investigación para este trabajo tuvo lugar durante viajes al Archivo Rodó auspiciados por el Carnegie Trust for the Universities of

Scotland y el Arts and Humanities Research Board, apoyo que el autor reconoce gratamente. También se agradece a Virginia Friedman por su asistencia en el Archivo.

<<

2 Dos ejemplos recientes de este tipo de interpretación de Rodó son Gerard Aching, *The Politics of Spanish American «Modernismo»: By Exquisite Design* (Cambridge: Cambridge University Press, 1997), y D. A. Brading, *Marmoreal Olympus: José Enrique Rodó and Spanish American Nationalism* (Cambridge: Centre for Latin American Studies, 1998). Para una visión alternativa de la relación de Rodó con la política, ver Gustavo San Román, «Political Tact in José Enrique Rodó's Ariel», *Forum for Modern Language Studies*, 36 (2000), pp. 279-295, traducido como «Tacto político en Ariel», en *Insomnia* (Montevideo), 135 (24/08/2000), pp. 9-16; y *Rodó en Inglaterra: la influencia de un pensador uruguayo en un ministro socialista británico* (Montevideo: Amigos de la Biblioteca Nacional, 2002), y versión digital en Biblioteca Cervantes Virtual.

<<

3 Estudié este poco conocido aspecto de la obra de Rodó en un trabajo posterior: *José Enrique Rodó: una biografía literaria* (Montevideo: Planeta, 2021), pp. 438-474.

<<

4 Eugenio Petit Muñoz, *Infancia y juventud de José E. Rodó* (Montevideo: Universidad de la República, 1974), pp. 112-13 y passim.

<<

5 El documento está ubicado en el Armario 4, caja 3-A-4.

<<

6 Emir Rodríguez Monegal, Introducción general a su edición de Rodó, *Obras completas*, 2.^a edición (Madrid: Aguilar, 1967), pp. 26-28.

<<

7 Rodríguez Monegal, op. cit., p. 26; Víctor Pérez Petit, *Rodó: su vida, su obra* (Montevideo: Imprenta Latina, 1918), p. 108.

<<

8 Petit Muñoz, pp. 164-65.

<<

9 Pérez Petit, p. 305.

<<

10 Roberto Ibáñez, «El ciclo de Proteo», *Cuadernos de Marcha*, 1 (mayo de 1967), p. 16.

<<