

COLECCIONES Y FORMACIÓN DE GUSTOS LITERARIOS EN MÉXICO

Freja I. Cervantes Becerril*

RESUMEN. Este artículo analiza la influencia de la edición en la formación de gustos literarios, mediante la publicación de colecciones como programas de lectura (en el caso institucional cuyo objetivo es de difusión cultural), y en el caso comercial como ofertas de lectura (cuyo objetivo es participar en un mercado de bienes culturales en México). Ambos tipos de edición participan de una historia cultural, del patrimonio cultural y de estrategias políticas para consolidarse.

PALABRAS CLAVE: edición, gusto literario, lectura, difusión cultural, consumo cultural, colección.

La edición, como experiencia cultural y fenómeno complejo, se identifica en el tránsito que va de la materialización del texto en libro. No obstante las transformaciones técnicas del libro y sus protagonistas, perdura el hecho de que “el texto del autor no puede llegar a su lector sino cuando las muchas decisiones y operaciones le han dado forma de libro. No hay que olvidar esto al leerlo” (Ronquillo, 1994). Es así como se explica que las decisiones de los editores y los procedimientos editoriales inciden para que el arte y el conocimiento circulen y cumplan sus destinos en manos del lector.

* Profesora investigadora de tiempo completo de la Academia Creación Literaria en la Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM). Maestra en Letras Latinoamericanas. Actualmente realiza una investigación doctoral sobre la colección Tezontle del Fondo de Cultura Económica. Se ha desempeñado profesionalmente como editora a cargo del sello Alfaguara en México, coordinadora editorial del Consejo Editorial de la División de Ciencias Sociales y Humanidades en la Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa, y como directora de la Dirección de Publicaciones y Promoción Editorial en Rectoría General de la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM).

Para un mayor entendimiento de la edición, resulta necesario identificarla como una rama de la industria cultural, al editor como un empresario y difusor, y al libro como un bien de consumo cultural, con el propósito de asomarse a la complejidad que encierran el mercado y las políticas culturales a cargo del Estado y de la iniciativa privada.¹

De esta manera las prácticas y usos de la escritura, la lectura y la edición, así como los sujetos (autores, lectores y editores) que las realizan, conforman el cuerpo de actividades y de inventiva de lo que hasta el momento se ha entendido como hecho literario que, al margen de una visión simplista del fenómeno, experimenta restricciones y discontinuidades, ya que ninguna de estas tres actividades y comunidades queda exenta de ejercer poder sobre las otras ni es posible ignorarlas en conjunto, puesto que se presentan como realidades inabarcables y, la mayoría de las veces, contradictorias.

Ante este panorama, es posible advertir la influencia de la edición en el gusto del público lector como principio para la permanencia y prefiguración del canon en las diferentes ofertas de lectura, en especial con la edición de colecciones literarias presentes en el mercado cultural, las cuales se rigen por políticas culturales y se resuelven desde la experiencia editorial con base en una industria, que, al igual que otros sistemas de producción de bienes y valores mediante instituciones educativas y culturales, participa y comporta ideales que prefiguran ya una tradición cultural (Jitrik, 1998: 27).

¹ Por otra parte, la edición literaria, sea institucional o comercial, ha de ubicarse en los difíciles temas de la formación de lectores y del fomento a la lectura; en la actualidad, el problema de la lectura en México es responsabilidad de más de un sector, y sus estrategias obligan a resolverlo en conjunto, de tal forma que el mercado del libro contribuya a las iniciativas culturales gubernamentales. Ejemplos de ello serían la compra de libros para bibliotecas, o la iniciativa de ley del libro que propone la medida del precio único al libro. Esta iniciativa de ley fue vetada en septiembre de 2006 por el entonces presidente Vicente Fox, y fue hasta abril de 2008 que el Senado la aprobó, para entrar en vigencia en julio de ese año. En la actualidad el precio único es una medida de ley que influye directamente en los mecanismos de comercialización del libro; además de generar nuevas condiciones para la distribución de los bienes culturales propios del consumo de los lectores en el nivel del servicio, pues ya no dependerá del margen de descuento que el librero oferte, sino de la calidad de servicio que las librerías ofrezcan a su público. En este sentido, la elección de un lector para acudir a una librería no dependerá del precio del libro, pues en cualquier librería es el mismo en principio, sino del servicio que reciba.

Para identificar la influencia de la edición en el gusto literario en la experiencia editorial mexicana, realicé dos estudios de caso de colecciones literarias: una institucional, que responde a iniciativas de fomento de la lectura y otra comercial, más determinada por el prestigio que otorga un complejo mercado cultural.

Para efectos de este artículo, entiendo por “gusto” lo que el aura del arte autónomo o liberador le confiere y que apela a la capacidad de los sujetos que, al experimentar un efecto estético, reafirman o niegan normas, para generar y superar nuevos modelos, como manifestaciones del consenso de los receptores.²

Lo anterior permite introducir la personalidad y función del editor literario como un lector conocedor y capacitado para realizar la lectura selectiva de un texto, convencido de cuidarlo durante el accidentado proceso de la edición y arriesgarse a convertirlo en libro, al incluir un nuevo título en su catálogo y al invertir su capital financiero. De ahí que sea imaginable dicha publicación como una oferta de lectura, que responde a la preservación de tradiciones, o a la intención de instaurar nuevos gustos en el público lector, con sus bienes de consumo cultural.

Por su parte, los lectores como consumidores pueden generar demandas de lectura que influyen en la producción editorial, cuando aciertan o yerran al excluir o conservar reglas de apropiación y consumo literario, procesos que superan el horizonte del mercado del libro, para abreviar en nuevas fuentes que les den significación desde la

² Para postular un sentido de la idea de gusto, encuentro en Kant los fundamentos filosóficos que la explican, quien define el gusto como la facultad del ser humano “de juzgar un objeto o una representación mediante una satisfacción o un descontento, sin interés alguno” (Kant, 1977: 101-109). Asimismo, esta facultad de juzgar el efecto estético en conjunto como la suma de juicios individuales supone su comparación, por lo que puede producirse un juicio universal lógico “cuando la representación individual del objeto del juicio de gusto se convierte, según las condiciones que determinen este último, en un concepto, mediante comparación” (Kant, 1977: 114). En este sentido, la idea de gusto literario se prefigura en la creación y manifestación del canon, entendido como ejemplo que determina una norma formal, dada la facultad de los lectores de elaborar juicios de gusto como resultado de su experiencia estética frente a la obra literaria, y donde opera la vigencia de modelos aprobados, sin los cuales difícilmente los receptores podrían apropiarse de la obra artística, pues es al elaborar juicios de gusto que pueden reconocerla como parte de una tradición.

recepción literaria. Un ejemplo es la supremacía de ciertos géneros literarios en el mercado, como la novela, es el caso de los premios que otorgan algunas editoriales comerciales a este género para su consumo, y que crea cierto nivel de tensión en las relaciones entre autores, editores y lectores.³

La intención de acercar la idea de gusto literario al fenómeno de la edición atiende a la inquietud de reflexionar desde el diálogo que se produce en el cruce de diversos enfoques, como el crítico literario, la historia cultural y la sociología; puesto que la experiencia editorial, en tanto fenómeno cultural que participa de la literatura, exige un análisis en más de un sentido y desde diferentes disciplinas.

Por su parte, la influencia de la edición en el gusto literario también puede considerarse en el complejo de lo que se ha denominado “hecho literario”; es más, si no fuera así, difícilmente podría llegarse a un entendimiento más general del tema; por ello, propongo que la lectura del editor se considere en dos sentidos: por un lado, como resultado de la experiencia estética, donde la lectura es una invención de sentido que tiende a liberar y generar cánones; por el otro, como el principio para la materialización del texto que, una vez publicado, ejerce su influencia en lo público, provocando juicios de gusto y el sentido crítico de ámbitos especializados.

³ Augusto Monterroso, en su ensayo “Encuestas”, cuenta sobre la forma en que los editores afirman que el público desea leer novelas para quitarse de encima a cuentistas, poetas y ensayistas, así como las formas en que el editor encubre los géneros para presentar un título como novela: “Y así es. Y esto conduce a cosas extrañas, o mentirosas. En la mesa de novedades de una librería de París, vi no hace mucho tiempo traducido al francés el *Evaristo Carriego* de Jorge Luis Borges con la palabra *roman* [novela] muy clara debajo del título. El tierno poeta argentino, que ‘cantó los arrabales de Buenos Aires’, como dice el *Pequeño Larousse Ilustrado*, para más señas: el poeta de ‘La costurerita que dio aquel mal paso’, convertido para los posibles compradores franceses de libros de Borges en ser imaginario por magia de la demanda de novelas y de Borges, que nunca escribió una” (Monterroso, 1998: 65-66).

UN ESTUDIO DEL GUSTO LITERARIO

Desde hace ya medio siglo prevalece el interés de estudiar el fenómeno literario desde el ámbito de la recepción. Levin L. Schüking, en la tercera década del siglo xx, señalaba la importancia de estudiar el desarrollo del gusto artístico en el público bajo las preguntas de cómo y por qué se genera su cambio, en correspondencia con una serie de espíritus de la época; con ello, pretendía encontrar una explicación a ciertos fenómenos desconcertantes de la vida artística a finales del siglo xix y en las primeras décadas del siguiente (Schüking, 1996: 11-20).

Para identificar el origen de la producción artística según el estilo que la caracteriza en épocas pasadas, Schüking lo define como el *humus* sociológico del cual surge y cobra forma la obra artística. De éste depende la vida y creación del artista; asimismo, su presencia está supeditada a quien lo represente, ya sea en la figura del monarca en siglos pasados, ya en la del funcionario de Estado actualmente, que influye para que la obra satisfaga los gustos requeridos. En este sentido, los desplazamientos del gusto literario dependen en gran medida del cambio del *humus* que determina la posición sociológica del artista, del productor de libros y de los lectores.

Respecto de los medios de selección que inciden en el destino de la obra artística para su recepción, Schüking señala la importancia que el editor empieza a adquirir con la disminución de los protectores o mecenas hacia el siglo xviii en Occidente. Si bien es a partir de este momento que las editoriales pueden considerarse ya una especie de autoridad, en los primeros decenios del siglo xx el autor opinaba sobre éstas que:

[...] las editoriales son muchas veces empresas puramente comerciales, en las que el gusto personal del propietario —si acaso lo tiene— está subordinado al juicio crítico de su anónimo “lector”, hay sin embargo editoriales de pronunciada ideología que ejercen decisiva influencia sobre el gusto de la época. El éxito de sus empresas les ha abierto el camino hacia el público, y el solo hecho de aceptar un nuevo libro constituye hasta cierto punto una garantía de

su valor literario. Esto, naturalmente, no asegura el éxito; pero la aparición de un libro en alguna de esas editoriales hace pensar que ya ha sido juzgado por una autoridad estética, y esto crea una opinión favorable (Schüking, 1996: 76-77).

El comentario aún puede aplicarse para definir la influencia de la edición en la formación del gusto literario en México, como autoridad que destina una obra literaria hacia su aprobación común.⁴ Por ejemplo, la editorial Alfaguara, que ostenta el prestigio literario bajo el cual se edita la colección "Obra Reunida", influye en el público como garantía de gusto, en el sentido de juicio estético. Para el lector en lengua española este sello está presente en el mercado, con la producción editorial de las mejores obras de escritores como José Saramago o Günter Grass, a quienes se les ha reconocido con el Nobel de Literatura; además de reunir hacia el interior de la cultura mexicana las mejores plumas latinoamericanas.

En cuanto al fenómeno de la novedad, éste puede entenderse como rompimiento con la tradición frente al éxito inmediato que una obra literaria puede obtener del público. Sin embargo, dejaré a un lado este problema, para enfocarme en la influencia que ejercen las colecciones literarias que, vistas en oposición a la novedad, comportan memoria y conservación, sin dejar de participar de ella.

DOS FORMAS DISTINTAS DE EDITAR, DOS COLECCIONES DIFERENTES QUE LEER

En México la edición como una industria cultural se realiza principalmente de dos formas distintas: una es la edición comercial, actividad representada por lo que se ha llamado industria editorial; y, la otra, es la edición institucional que se realiza a partir del presupuesto que una institución destina a esta actividad.

⁴ Un ejemplo de trascendencia internacional fue el *boom*, considerado no sólo como fenómeno literario sino también editorial; tuvo consecuencias importantes en todos los ámbitos de la recepción (público, artístico, crítico, etcétera.). Véase José Donoso (1983), *Historia personal del "boom"*, Barcelona: Seix Barral.

Para profundizar en cada una de estas formas de edición, creo indispensable el análisis sobre dos casos de edición de colecciones literarias que partieron de objetivos y planteamientos muy diferentes, pero que convergen en un mismo destino como constantes de una tradición cultural que prevalece en el México actual:⁵ el primer caso es la colección “¿Ya leíste?”,⁶ cuyo editor fue Eugenio Aguirre, bajo el auspicio del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado (ISSSTE); el segundo es la colección Obra Reunida, de la editorial Alfaguara México, cuando estuvo a cargo de Sealtiel Alatríste, y que en este artículo sólo incluye el periodo de edición de 1994 a 1999.⁷

⁵ La información sobre las colecciones elegidas como estudios caso, se obtuvo de entrevistas particulares con los editores responsables, así como de la investigación en los archivos editoriales.

⁶ Algunos de los títulos que conformaron esta colección fueron: *Querida familia*, de Aline Pettersson; *Las noches de Salé*, de Jorge Ruiz Dueñas; *Los Mártires y Serafín*, de Ignacio Solares; *Recomenzar*, de Silvia Molina; *Estaba escrito*, de Jaime Augusto Shelley; *Escenario del crimen*, de Víctor Hugo Rascón Banda; *De ausencia*, de María Luisa Mendoza; *Hijos del águila*, de Gerardo de la Torre; *Breve arbitrario de la literatura mexicana*, de Adolfo Castañón; *Tres de dos*, de Tomás Urtusástegui; *Las bodas. Zona templada*, Luisa Josefina Hernández; *Música de la lengua*, de Francisco Serrano; *Herencia náhuatl*, de Miguel León-Portilla; *Aventuras de la mirada*, de Alberto Ruy Sánchez; *El fantasma de la Jerga*, de Guillermo Samperio; *Querido Diego, te abraza Quiela*, de Elena Poniatowska; *Humboldt y la antropología mexicana*, de Jaime Labastida; *Del rancho al Internet*, de Carlos Monsiváis; *Cien años de teatro en México*, de Luis Reyes de la Maza; *La ciudad como cuerpo*, de Vicente Quirarte; *Reloj de sol*, de Gabriel Zaid; *Rosas y otros tigres*, de Eduardo Lizalde; *Reflexiones sobre literatura mexicana*, de Emmanuel Carballo; *Una adicción a la novela inglesa*, de Sergio Pitol; *La grieta*, de Sabina Berman; *Memorias del verano*, de Carlos Montemayor; *Silencio, pollos pelones*, de Emilio Carballido; *El sentido de la poesía*, de Alí Chumacero; *Páginas preferidas*, de Andrés Henestrosa; *Trotsky en Coyoacán*, de Angelina Muñoz-Huberman; *Los cuervos están de luto*, de Hugo Argüelles; *Teatro urbano*, de Jesús González Dávila; *Tres indagaciones teatrales*, de Hugo Hiriart; *Noches islámicas*, de Héctor Mendoza; *Sonar en el silencio*, de Dolores Castro; *Domingo breve*, de Juan Villoro; *La vanguardia teatral en México*, de Armando Partida y *Álbum de zoología*, de José Emilio Pacheco, entre otros.

⁷ En la actualidad, la colección Obra Reunida de Alfaguara México, está a cargo de la editora Marisol Schulz, quien ha continuado sumando nuevos títulos al acervo editorial, desde 2001. Para consultar el catálogo de la obra que reúne esta colección véase: <<http://www.alfaguara.com.mx>>.

Un ejercicio comparativo entre ambas colecciones, permite, por un lado, advertir las características que delimitan estas dos formas de editar, conscientes de los obstáculos que determinan el mercado cultural y de los problemas que la sociedad sufre en cuanto al rezago educativo; además de identificar, por el otro, los caminos que la literatura transita en la edición de colecciones hasta sus lectores.

Antes de empezar con el análisis comparativo entre las dos colecciones, quisiera distinguirlas en lo que ya es una tradición editorial en México o en lo que Felipe Garrido ha llamado “las andanzas editoriales”. Es referencia obligada la colección que José Vasconcelos coordinó, bajo el sello de la Universidad Nacional y de la Secretaría de Educación Pública, con fines de divulgación literaria. Una serie de diecinueve títulos de autores clásicos, de los cuales el mayor tiraje alcanzó doce mil ejemplares y el menor ochocientos, y a la cual él mismo llamó “la primera inundación de libros que conoce nuestra historia” y que circuló entre la población, entonces predominantemente analfabeta (Garrido, 1982). Han pasado ocho décadas desde que se emprendió la primera actividad cultural con la edición de textos clásicos, y durante este proceso la sociedad mexicana ha experimentado y visto a la luz colecciones literarias que en el presente son ya un paradigma.

Cuando en 1962 Joaquín Díez-Canedo fundó la editorial Joaquín Mortiz, después de haber lanzado junto con Arnaldo Orfila la colección “Letras Mexicanas” en el Fondo de Cultura Económica, la literatura mexicana aseguró uno de sus mayores momentos por más de veinte años. Díez-Canedo inició su colección y fondo editorial con las publicaciones de *Desolación de la quimera*, de Luis Cernuda; *Oficio de tinieblas*, de Rosario Castellanos; *Salamandra*, de Octavio Paz y *Las vacas flacas* de Agustín Yañez; posteriormente publicaría a autores como Carlos Fuentes, Juan José Arreola, Jorge Ibargüengoitia, Ricardo Garibay, Vicente Leñero, Elena Poniatowska, José Emilio Pacheco, José Agustín, Alberto Ruy Sánchez, entre muchísimos otros; obras fundamentales y autores que afirmaron una tradición de la literatura mexicana hacia la segunda mitad del siglo xx.

Otro poeta y editor importante ha sido Alí Chumacero, autor de *Parámo de sueños*, *Imágenes desterradas* y *Palabras en reposo* quien, como editor de la Secretaría de Educación Pública (SEP), realizó

actividades de divulgación cultural con la colección “Sepsetentas”. Su compromiso de editar empezó desde el concepto de la colección hasta su cuidado, logrando producir títulos que cumplieran con la utilidad de formar a los jóvenes mediante libros de interés cultural a un precio accesible. La colección “Sepsetentas” se suma a otras de la misma institución como la de “El Correo del Libro” y “Lecturas Mexicanas”, que en un principio fue una coedición con el Fondo de Cultura Económica y que en la actualidad cumple su cuarta época bajo la dirección del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA).

Si se observa hacia el interior de toda casa editora se encontrará que las colecciones conforman el fondo editorial; con ellas, el editor integra título a título su acervo de libros, prefigura el catálogo y define la línea editorial que le otorga su presencia en el mercado. En más de un sentido, la creación del fondo editorial significa la permanencia de su empresa, su sello y su imagen y prestigio en el público lector.

En cambio, las colecciones literarias bajo los auspicios del presupuesto institucional, con excepción de las educativas y culturales como la SEP o el CONACULTA, que poseen sus propias direcciones y departamentos de publicaciones, y por lo tanto cuentan con un fondo editorial sólido, resultan de especial importancia, por ser actividades culturales que se realizan al margen del organismo de una institución capacitada para responder a otras actividades, como sería el caso de la colección “¿Ya leíste?”, patrocinada por el ISSSTE.

Dicha colección devino de otro proyecto editorial que el editor y escritor Eugenio Aguirre propuso a Elba Esther Gordillo, lideresa del Sindicato Nacional de de Trabajadores de la Educación (SNTE); entonces, la idea era crear una colección de lecturas destinada a los maestros, con el propósito de formar lectores en el magisterio, además de ser un programa de lecturas alternativo al programa oficial de educación. Con esta colección se pretendía infundir cierto dinamismo y actualidad a las lecturas oficiales que, dada su complejidad, estaban destinadas a lectores ya formados, como sería el caso de la lectura de la literatura de los Siglos de Oro españoles.

En vez de ello se proponía leer en un principio literatura mexicana contemporánea, y después iberoamericana, donde se incluyeran autores accesibles, modernos e identificables por los lectores; otro objetivo

era lograr hacer del maestro un lector que pudiera transmitir en su labor educativa el hábito de la lectura en niños y adolescentes. Finalmente, el proyecto no se llevó a cabo pero prevaleció el principio de que los libros son la canasta básica para el espíritu, y la posibilidad de producirlos aseguraba el principio de difusión de la literatura.

Como editor institucional consciente de los obstáculos que enfrenta un difusor cultural, Eugenio Aguirre enfrentó el más grave de ellos: los funcionarios y su falta de interés y disposición para atender y financiar actividades de esta naturaleza que, en la mayoría de los casos, poco tienen que ver con la difusión en sí misma; otro más fue cómo resolver el problema de la distribución de los libros una vez editados, para asegurarse de que llegaran a su destino: primero, el mercado cultural y después, los lectores.

Finalmente, el ingenio del editor para crear proyectos a la medida de una institución y su funcionario en turno, hizo posible que Eugenio Aguirre presentara un proyecto especial al entonces director del ISSSTE, José Antonio Fernández. Esta nueva idea retomaba el concepto de una guía de lectura eficaz para inducir al placer de la lectura, destinada a los jubilados y pensionados de esa institución, un público prácticamente cautivo que puede destinar su tiempo de ocio a los libros. Sin embargo, debido a la falta de continuidad en los programas culturales, el proyecto ya aprobado estuvo a punto de fracasar cuando Socorro Díaz tomó la dirección de esta institución; la funcionaria reconsideró el proyecto, y gracias a su respuesta positiva, la colección pudo seguir su curso.

El nacimiento de la colección “Obra Reunida” bajo el sello de Alfaguara responde a la intención del editor por retomar y modernizar una marca de estatus, y ofrecer con ella una colección definida por sus autores, plumas que fueran difíciles de conseguir porque ya no producen más, “ya sea porque su escritura pertenece a otra época, ya porque los derechos de edición pertenecen a otras editoriales que no tienen el capital o no les interesa producir más” (entrevista personal, 2000). Así, en 1994, el editor español Juan Cruz, junto con Sealtiel Alatríste, decidió abrir esta colección con los cuentos de Julio Cortázar, como una novedad, bajo el título de *Cuentos completos*. Posteriormente, las filiales de Alfaguara en Hispanoamérica continuarían con la colección publicando autores locales.

En 1996, la colección empezó en México con la publicación de *Cuentos, fábulas y Lo demás es silencio*, de Augusto Monterroso, al cual le seguiría *Narrativa completa*, de Juan José Arreola; *Novelas breves*, de Juan García Ponce; la publicación póstuma de *Cuentos completos*, de José Luis González, *Cuentos Completos*, de Sergio Ramírez; *Los mejores relatos*, de Rubem Fonseca; *Todos los cuentos*, de Sergio Pitol, *Cuentos completos y uno más*, de Luisa Valenzuela y *Narrativa completa*, de Salvador Elizondo, obras editadas con anterioridad y que, representadas en un solo volumen, ofrecían una oferta novedosa para satisfacer un gusto en el mercado.

Una vez expuesto lo anterior, quisiera empezar el análisis comparativo entre las colecciones literarias para distinguir los perfiles del editor desde el punto de vista comercial en uno, y desde el institucional en el otro. En el primero, el editor comercial se definió a sí mismo como un empresario, que opera dentro de un mercado sujeto a la oferta y la demanda y donde el interés es hacer negocio con un producto cultural, recuperar la inversión y obtener plusvalía; en cambio, en el segundo caso, el editor institucional es un difusor cultural que se reconoce en una tradición iniciada en la década de los años veinte con la edición de los “Clásicos” por José Vasconcelos. No obstante, en México la tradición humanística que el editor ha establecido con la edición de colecciones, publicadas con intención de lucro o no, es obra tanto del difusor cultural como del empresario cultural.

Respecto al fondo de títulos que conforman cada colección, un editor y otro lo han definido de distinta manera: para Eugenio Aguirre, los títulos de “¿Ya leíste?” son “una guía eficaz para la inducción al placer de la lectura” (entrevista personal, 2000) dirigida a un público específico: las personas de la tercera edad; es decir, los pensionados y jubilados del ISSSTE. En cuanto a la colección “Obra Reunida”, Sealtiel Alatríste la concibe como “una oferta de lectura para captar cierto gusto del mercado” (entrevista personal, 2000), que logre imponer una marca en el público, y desde la cual se pueda lograr que el cliente le sea fiel en sus hábitos de compra.

Por su parte, cada colección se presenta plural y diversa, y para enfrentar el problema del gusto moderno se expresa como un fenómeno de novedad de compra y oportunidad, de ahí que los editores se

aseguren de ofrecerlas como ofertas de novedad; aunque una y otra lo conciban desde planteamientos y valores opuestos.

En este sentido, “Obra Reunida” nació como una propuesta que intenta exponer obras anteriores y rescatarlas, aunque algunas carecieran del valor literario otorgado por la crítica de su momento, para que adquieran con su publicación un valor “arqueológico” que el lector desconocía, “lo cual no implica que se esté desechando el concepto de escritura, sino que se están buscando nuevos lectores para autores que no los tienen ya” (entrevista personal, 2000); esta razón también debe su nombre a la posibilidad de agrupar diferentes géneros y textos en un sólo volumen que conforme una oferta atractiva.

En cambio, con la colección “¿Ya leíste?” se pretendió difundir literatura mexicana contemporánea de autores no sólo consagrados, sino también de aquellos que presentasen una obra sólida y que estuvieran produciendo al momento de presentar dicha colección. En ella se incluyen autores nacidos de la década de los treinta en adelante, desde Sergio Pitol hasta un Pável Granados o un Ricardo Chávez; en cualquier caso, son los propios escritores quienes seleccionan la obra, para publicar de acuerdo con las características de la colección.

Además de su valor de difusión cultural, la propuesta de “¿Ya leíste?” buscó generar una cultura del libro en el público, ocupar un espacio en el hogar de quienes carecen de este concepto a muy bajo precio, y desarrollar en el núcleo familiar un interés por el mundo textual. Si bien la colección está dirigida a pensionados y jubilados con tiempo de ocio para dedicarlo a la lectura, la posibilidad de disponer la colección a cualquier integrante de la familia, supone al menos que los libros serán leídos por alguno de ellos.

La colección patrocinada por el ISSSTE se distingue por incluir no sólo los géneros de la narrativa como novela, cuento y relato, sino también poesía, teatro y ensayo; algunos de los títulos que circularon en el mercado son: *Reflexiones sobre literatura mexicana siglo XIX*, de Emmanuel Carballo; *Rosas y otros tigres*, de Eduardo Lizalde; *Memoria del verano*, de Carlos Montemayor; *Querido Diego, te abraza Quiela*, de Elena Poniatowska; *Silencio, pollos pelones*, de Emilio Carballido, etcétera. El programa editorial de la colección “¿Ya leíste?” se propuso

como objetivo la publicación de cien títulos, que se cumplió al final del año 2000.

En otro rubro, cuando el editor comercial decidió presentar una colección literaria con las características de “Obra Reunida”, la realizó como una oferta que respondiera a la necesidad de conservar la memoria y generar la transmisión del conocimiento, porque reconocía en su público esta necesidad de conservación como una demanda; en este sentido, es posible definir su propuesta como una planeación de la lectura, destinada a un público con poder adquisitivo y que, según Sealtiel Alatraste, también es de “buen gusto, aunque es muy difícil definir un tipo de lector, el de Alfaguara está definido por el autor. Para ello el autor de Alfaguara posee cierto valor literario y ese valor se lo otorga el editor cuando decide incluirlo en su catálogo. Respecto al valor literario que confiere el editor a la obra, éste puede variar según la definición que el editor tenga de su catálogo, y de su concepto de literatura” (entrevista personal, 2000)

En cuanto al mercado del libro y su cadena de producción, ambas formas de editar, representadas por sus colecciones, se comportaron en función de estrategias editoriales que resolvieran los canales de distribución y venta, para mantener ante el público un precio congruente con su oferta, sin encarecer los libros, además de atender a sus fines y propuestas particulares. Esto fue posible, porque sus editores, al definir su colección, tenían prefigurado el posible lector al que estaba destinada.

Por su carácter de difusión, la colección “¿Ya leíste?” estaba planeada para producirse al menor costo posible; así, la colección fue uniforme tanto en su formato como en su precio. A diferencia del presupuesto comercial sujeto a los precios del mercado, el costo por ejemplar de la colección del ISSSTE, sólo representaba el gasto de anticipo para el autor por título, que se reduce a la mitad y al costo mínimo de edición, en cuanto a gastos preindustriales se refiere; además, cada título publicado estaba libre de un costo por diseño de portada, ya que éste es el mismo para toda la colección y el cual ostenta un estilo evocativo que recuerda los antiguos cuadernos de notas escolares, pensado para el público de edad avanzada al que estaba dirigida.

Respecto de los gastos industriales como el papel, la impresión y la encuadernación de los libros, resultaron muy bajos gracias al alto tiraje

por título, 20 mil ejemplares, con interiores a una tinta y en portada a dos (negro y un color como tinta directa). La calidad del papel revolución soporta la inyección de tinta, con lo cual se evita que la mancha tipográfica pierda definición, al no ser poroso. Si a esto se añade que la encuadernación fue pegada y no cosida, se entiende que los libros pudieran costar en el mercado diez pesos y para los trabajadores del ISSSTE, cinco.

Por el contrario, la producción de los títulos de “Obra Reunida” requirió de mayor inversión. El prestigio editorial de Alfaguara está dado por su catálogo de autores y con base en éste se define su línea editorial; es decir, son más importantes los escritores que sus obras como oferta para el mercado. En este sentido, Alfaguara compite en la compra y venta de su producción según las plumas que posea, además de asegurarse de la producción literaria de los autores siempre reconocidos por la crítica y el público. Dicho lo anterior, los anticipos por la edición de cada título de “Obra Reunida” recayeron directamente en el costo de producción, donde el prestigio del escritor es la pauta para la negociación.

Además, hoy en día la colección incluye por título un prólogo bajo la autoría de un crítico especializado en la obra o bien, lo redacta un escritor, incluido en el catálogo de la misma editorial, quien a manera de presentación descubre al lector la personalidad del autor y su experiencia literaria con las obras incluidas en el volumen, así son los casos de Sergio Ramírez prologado por Mario Benedetti; Juan José Arreola, por Felipe Garrido; Juan García Ponce, por Hernán Lara Zavala y Sergio Pitol, por Juan Villoro.

Otra característica es que cada volumen presenta un diseño de portada que, si bien se apega a un estilo uniforme (donde las imágenes fotográficas del autor son el motivo desde el cual se componen y ordenan los elementos a manera de símbolos que distinguen la obra incluida para lograr una maqueta portada), al mismo tiempo, y en su presentación particular, es heterogéneo y representativo de cada autor y su obra. Ejemplos de lo anterior son la portada diseñada por el artista gráfico Carlos Aguirre para *Cuentos, fábulas y Lo demás es silencio*, de Augusto Monterroso; o bien, las portadas diseñadas por el pintor Pablo

Rulfo para los libros *Novelas breves*, de Juan García Ponce, y *Narrativa completa*, de Salvador Elizondo.

Cabe señalar que al costo de anticipos al autor y al prologuista, así como el del diseño de portada, se suma el costo del cuidado de edición del volumen desde la obtención del original hasta llegar a la pureza de las pruebas finas. Todos estos factores convierten la colección en una oferta de planeación de lectura costosa, si se piensa que al gasto de producción preindustrial se agregan los costos de impresión, de títulos que difícilmente superan un tiraje mayor de 3,000 ejemplares, encareciendo aún más el costo por libro. Además de ser un producto cultural con una recuperación de la inversión a largo plazo, éste contempla en el precio por ejemplar el descuento destinado a su distribución en el mercado.

Con respecto a la colección “¿Ya leíste?”, su editor Eugenio Aguirre aseguró que el proyecto no se hubiera realizado de no haber resuelto la distribución de los libros. De esta forma el 50 por ciento del tiraje por título (es decir, 10 mil ejemplares) se destinó al magisterio; un 25 por ciento (5 mil libros) fue para jubilados y pensionados del ISSSTE y el otro 25 restante se distribuyó para su venta en librerías EDUCAL, del Fondo de Cultura Económica y de la UNAM, además de las propias tiendas del ISSSTE.

Sin embargo, hubiera sido imposible distribuir la colección en librerías comerciales, pues los títulos de la colección no podían competir en este nivel, ya que su libro-producto no descansaba en ninguna inversión sino que, por el contrario, el presupuesto de producción representaba un gasto irrecuperable que tenía como objetivo realizar una labor de difusión; además, no fue pensado para un público con hábito de compra sino que, por el contrario, su exhibición era en gran parte subvencionada por librerías de paraestatales o instituciones culturales que resolvían el problema de la distribución de sus productos desde sus propios canales.

En cuanto al libro de “Obra Reunida” se refiere, sigue siendo un producto de alta calidad como objeto cultural; está pensado desde su creación para ser un bien prestigiado y exquisito, lo que se comprueba con la selección de autores y sus obras en el conjunto del fondo editorial,

y con el diseño de la colección, que se especializa en cada título. Por lo tanto, el presupuesto del libro es una inversión a largo plazo, y podría decirse que también es un gasto de mercadotecnia, un producto destinado no sólo a satisfacer una demanda de lectura que puede reconocer el editor en su público sino que, al ofrecerse como una oferta, también funciona para reafirmar una marca y revitalizar un sello de prestigio en la conciencia del lector.

En este sentido, los títulos de “Obra Reunida” son competitivos y están destinados a sobrevivir entre muchas ofertas de lectura, incluso parecidas, en el concepto de biblioteca o acervo como sería el de obra completa. Además, la colección reúne atractivos editoriales que la vuelven un objeto estrictamente de consumo, de oportunidad, donde no importa tanto leer los títulos sino conservarlos para complementar y embellecer la biblioteca personal. En este sentido, el producto cultural que representa trasciende su utilidad y se convierte en una oferta con atributos, de ahí que sea un producto refinado, donde la obra en sí misma no es lo más importante sino que, al reunirse y editarse bajo esta colección, el libro por sí mismo comporta el valor de compra, y reafirma su valor comercial por encima del valor simbólico literario.

Para terminar con el análisis comparativo entre las colecciones, quisiera retomar el sentido de biblioteca que subyace en cada una, desde el momento de su creación. Con anterioridad señalé de la colección “¿Ya leíste?” su carácter de difusión literaria que tuvo aspiraciones de crear en el público potencialmente lector una cultura del libro; esto se explica por el bajo precio de los libros que apuntaba hacia la adquisición o compra en mayoreo, que garantizara al consumidor cultural la formación de una biblioteca o acervo a un precio ya no accesible sino simbólico.

En oposición, las motivaciones del lector para la adquisición de libros de la colección “Obra Reunida” no residen en el precio, sino en los valores culturales que ostenta como oferta, como serían los de la memoria y la conservación de obras que en su totalidad garantizan la posesión de un acervo único dado su valor “arqueológico” y de completitud, en el que la edición supone un valor artístico y ofrece un prestigio literario formalmente reconocido por el público.

En este sentido, es falso suponer que el consumidor de “Obra Reunida” sea en realidad un lector especializado, lo cual supone que la compra o demanda de los títulos responde más a una necesidad de patrimonio cultural que a una intención de lectura. Al respecto, el editor Sealtiel Alatraste estaba convencido de que los títulos de “Obra Reunida” no se leían, sino que su adquisición respondía a la necesidad de crear acervos, libros de memoria, que pudieran ser leídos parcialmente, si acaso, pero difícilmente en su totalidad.

Así, mientras el editor institucional produjo libros al mínimo costo para ser leídos con la intención de que al realizarse su consumo se cumpliera con difundir una cultura del libro, en particular del libro literario en el público; el editor comercial, por el contrario, produjo libros para venderlos en el mercado y que fueran consumidos al margen de su lectura, pues como productos portaban cualidades suficientes para incitar su compra, además de orientarse a un público previsto con poder adquisitivo, y asegurar con ello parte de su inversión a mediano plazo, al presentarse como productos que ostentan cierta novedad, al mismo tiempo que comportan una memoria y tradición literaria.

Mientras que la colección “¿Ya leíste?” buscó incidir en el gusto literario directamente, puesto que estaba destinada a crearlo en un público que lo desconoce, la colección “Obra Reunida” repercute actualmente en un gusto literario que prevalece en los valores culturales del lector que participa de él. En este sentido, la resistencia del público de la colección “¿Ya leíste?” era mínima para aceptar un gusto literario prefigurado por el editor, pues mientras el lector posea un gusto individual más formado, mayor será su resistencia a un cambio en el gusto, o lo que es igual, menor será su disposición a conceder el cambio, hecho que se refirma en la propuesta de la colección “Obra Reunida”, y del cual parte para ofrecerse como una oferta de lectura.

Además, este ejemplo comparativo sirve también para diferenciar el gusto de la moda que, de acuerdo con Shücking, se define desde el fenómeno de la novedad, que consiste en crear un gusto nuevo para un público nuevo que puede ser asimilado por la tradición o desvanecerse. Además, en la creación y continuidad del gusto literario según la época, es posible advertir los grupos dirigentes que lo conducen; de ahí que

en la actualidad sea indudable la influencia de los editores en el gusto literario como sujetos que conviven y forman parte de los grupos que dirigen la cultura en México, ya sea realizando su profesión desde el ámbito institucional, ya desde el comercial, según sea el enfoque para analizar su producción.

En este sentido, las colecciones literarias como modelos de formación del gusto, y como bienes materiales que garantizan un prestigio canónico en el mercado, son susceptibles de análisis y debate histórico cultural y crítico literario, ya que se ubican dentro del concepto de hecho literario que comprende tanto la obra como su contexto; es decir, lo que acontece en torno de ella y la continúa: su recepción e influencias en el público; así como lo que la precede: el autor y la tradición donde se inscribe el texto.

Identificar el acto de la lectura como objeto de conocimiento que aspira a un “modelo cultural” implica distinguir algunos de los supuestos y valores inmersos en su práctica, de ahí que para percibir su realización sea necesario considerarla desde posturas diferentes, como la de la experiencia subjetiva de los creadores, estudiosos y profesionales del lenguaje, o la del modelo objetivo promovido por instituciones y programas destinados a su difusión y promoción.

En este sentido, el análisis de la recepción literaria parte del punto de vista del editor, no sólo como productor sino sobre todo como lector, creador y profesional del lenguaje. Además, la oposición de las colecciones respecto de los objetivos, alcances y materialización de sus programas de lectura conduce a una aproximación de los diferentes perfiles de lectores, que en la sociedad mexicana se desconocen y que hasta ahora sólo ha sido posible reconocer, vagamente, como consumidores identificados por los puntos y lugares de venta, pero ignorando sus hábitos de compra y sus prácticas de lectura.

Asimismo, el libro como producto o como bien cultural supone advertir la edición como una actividad que influye directamente en la formación y preservación del gusto literario, otorgándole, mediante el sello editorial, en el caso de la edición comercial, prestigio a la obra publicada, e instaurando mediante estrategias de difusión la formación del gusto en los lectores potenciales, y en el mejor de los casos, introduciéndolos en el placer de la lectura, como sucede con las

propuestas de la edición institucional. También permite reconocer las colecciones como programas editoriales que, en sí mismas, son guías de lectura literaria dentro de una tradición educativa posterior al México revolucionario, poseedora de políticas culturales apoyadas en materiales impresos.

Finalmente, la idea del libro como materialización del texto apunta hacia la actividad de la edición y al concepto de editor, que al personalizarse como sujeto lector se identifica social y culturalmente con su época, además de relacionarse con otros sectores que conforman la industria del libro, una industria cultural que posee sus propias características, y que se comporta de acuerdo con el prestigio de ciertos valores e ideales culturales, así como con la conducción de políticas que predominan en la esfera cultural.

FUENTES CONSULTADAS

- ALATRISTE, S. (1999), "El mercado editorial en lengua española" en Néstor García Canclini y Carlos Juan Moneta (coords.), *Las industrias culturales en la integración latinoamericana*. México-Caracas: Grijalbo-Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (SELA).
- BLOOM, H. (1994), *El canon occidental*. Barcelona: Anagrama.
- CAVALLO, G. Y ROGER, CH. (1998), *Historia de la lectura en el mundo occidental*. Madrid: Taurus.
- CHARTIER, R. (1995), *Sociedad y escritura en la edad moderna*. México: Instituto Mora (Colección Itinerarios).
- (1997), *Pluma de ganso, libro de letras, ojo viajero*. México: Universidad Iberoamericana, 1997.
- CUÉ, A. (1999), *Cultura escrita, literatura e historia. Coacciones transgredidas y libertades restringidas. Conversaciones de Roger Chartier con Carlos Aguirre Anaya, Jesús Anaya Rosique, Daniel Goldin y Antonio Saborit*. México: Fondo de Cultura Económica (FCE) (Espacios para la lectura).

- DAVIES, G. (2005), *Gestión de proyectos editoriales. Cómo encargar y contratar libros*. México: Librería-FCE (Libros sobre Libros).
- FEBVRE, L., MARTÍN H. J. (2005), *La aparición del libro*. México: Librería-Fondo de Cultura Económica-CONACULTA Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA) (Libros sobre Libros).
- GARRIDO, F. (1982), "Ulises y Prometeo. Vasconcelos y las prensas universitarias" en *Revista de la Universidad de México*, vol. xxxviii, Nueva Época, núm. 18, octubre. México: Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).
- GREAVES, C. (1997), "La Secretaría de Educación Pública y la lectura, 1960-1985" en *Historia de la lectura en México*. México: El Colegio de México.
- JITRIK, N. (1998), *Lectura y cultura*, 3a. ed. México: UNAM, (Biblioteca del Editor).
- KANT, I. (1977), *Crítica del juicio*. Madrid: Espasa-Calpe (Austral, 1620).
- MONTERROSO, A. (1998), *La vaca*. México: Alfaguara.
- POLASTRON, L. X. (2007), *Libros en llamas. Historia de la interminable destrucción de bibliotecas*. México: Librería-FCE (Libros sobre Libros).
- RONQUILLO, V. (1994), "Editores en México. Nace un libro" en *Memoria de Papel*, año 4, núm. 9, marzo. México: CONACULTA.
- SCHÜKING, L. (1996), *El gusto literario*. México: FCE (Breviarios, 24).
- TORRES SEPTIÉN, V. (1997), "La lectura 1940-1960" en *Historia de la lectura en México*. México: El Colegio de México.
- ZAID, G. (1996), *Los demasiados libros*. México: Océano.

Fecha de recepción: 4 de abril de 2008

Fecha de aceptación: 4 de marzo de 2009