La diplomacia cultural en el Fondo de Cultura Económica de 1990-2000[50]

por Violeta Pérez-Ruiz

Las relaciones internacionales han forjado un vínculo con la industria editorial del que poco se ha hablado y cuyo legado ha marcado la política exterior de México. La actividad cultural demanda la creación y estudio de nuevos conceptos que nombren y clarifiquen los acontecimientos que ocurren a nivel nacional y cuya resonancia alcanza niveles globales. Es el caso de la diplomacia cultural, cuyo concepto teórico ha quedado marginado al punto de ser poco conocido. No obstante, en la práctica siempre ha estado presente. Definirla, nombrarla, no solo implica ahondar en su significado, sino también aportar a la comprensión de las Relaciones Internacionales.

El objetivo de este artículo es dar cuenta del vínculo que existe entre las relaciones internacionales y la industria editorial en México a partir de los libros del Fondo de

Violeta Pérez-Ruiz • La diplomacia cultural en el Fondo de Cultura Económica de 1990-2000

50. Este artículo está basado en la tesis de mi autoría denominada *Las relaciones internacionales en la industria editorial de México. El caso del Fondo de Cultura Económica en la diplomacia cultural, 1990-2000*, que terminé de redactar en 2021 para obtener el grado de Licenciada en Relaciones Internacionales que otorga la UNAM.

Foto de Lara Jameson: https://www.pexels.com/es-es/foto/banderas-guia-mapa-del-mundo-geografia-8828610/

Cultura Económica (FCE) durante el periodo 1990-2000, con énfasis en el proceso histórico de esta casa editorial, así como los sustentos filosóficos que la justifican dentro de la diplomacia cultural. En un primer momento desarrollaré lo que entiendo por diplomacia cultural, en seguida hablaré del surgimiento del FCE y del nombramiento de Miguel de la Madrid Hurtado como director de la casa editorial. En tercer lugar, hablaré de los libros de la editorial, haciendo un énfasis en cuatro de sus colecciones: A la Orilla del Viento, Fideicomiso Historia de las Américas, Entre Voces y Periolibros. Iberoamérica pinta. Daré especial atención a comprender la utilidad de las ferias internacionales del libro en la diplomacia cultural y hablaré de *Azteca. Boletín bibliográfico internacional*, una publicación que fungió como vehículo de intercambio entre naciones. Finalmente, haré un recuento de las librerías del FCE Inauguradas en los años noventa. Esto en aras de ejemplificar cómo la imagen de México se proyectó hacia el exterior mediante los libros y las actividades que se realizaron alrededor de éstos.

La diplomacia cultural para construir una imagen de México para el exterior

La cultura ha cobrado tal relevancia en las naciones que en la actualidad es un factor que se considera en los planes de política exterior de los países. La diplomacia cultural —en tanto herramienta de política exterior— permite diseñar, desarrollar y ejecutar estrategias para cumplir cabalmente con la función pública. Se trata de una categoría de análisis que utilizan las Relaciones Internacionales para dar cabida a las gestiones culturales de los países.

> Es el conjunto de estrategias y actividades llevadas a cabo por el Estado y/o sus representantes en el exterior a través de la cooperación cultural, educativa y científica [...] con la finalidad de llevar a cabo los objetivos de política exterior [...], uno de los cuales es destacar una imagen positiva del país. (Rodríguez Barba, 2015, p. 38).

Pertenece a lo que se engloba en el concepto poder suave (*soft power*), entendido como «la otra cara del poder» a través del cual una nación puede hacer que otras hagan lo que le favorece sin recurrir al uso de la fuerza, sino más bien a través de la cooperación, influyendo en sus preferencias y usando el poder de atracción

y seducción" (Villanueva Rivas, 2016, p. 15). Para Joseph Nye (2016, p. 20), quien acuñó el concepto, los recursos del *soft power* son los valores políticos, la cultura y la política exterior, los cuales tienen una virtud intrínseca y cuya finalidad es la convivencia en el planeta. Así, pues, gracias a la diplomacia cultural, los representantes de Estado o actores no gubernamentales llevan a cabo actividades y estrategias con la finalidad de fortalecer la imagen del país representado hacia el exterior con tres objetivos en mente: promover el entendimiento, aumentar el prestigio de un país y proteger la identidad nacional (Saddiki, 2009, p. 110).

Los factores internos de un país son indispensables para una imagen positiva,

esto quiere decir que las decisiones de política interna no pueden dejarse a la ligera ya que siempre tendrán una relación directa con la imagen que se proyecta hacia el exterior. Según César Villanueva Rivas (2008-2009, p. 20), una imagen favorable está conformada por tres aspectos: 1) capacidad de atracción, 2) capacidad de influencia y persuasión y, 3) adquisición de una reputación. Dichos aspectos pueden reconocerse, justamente, en las acciones del FCE en la década de 1990 a 2000.

La labor del FCE

Antes de pasar a las acciones puntuales llevadas a cabo en este periodo, contaré al lector una breve historia del FCE, institución de la que estoy segura no le faltará algún libro en su biblioteca personal.

Se trata de una institución editorial mexicana que se dedica a la edición, producción, comercialización y promoción de obras de cultura nacional y extranjera mediante redes de distribución propias y ajenas, dentro y fuera de las fronteras de México. Creado en 1934, el FCE surgió del anhelo de un grupo de jóvenes entusiastas e intelectuales (Daniel Cosío Villegas, Arnaldo Orfila Reynal, Eduardo Villaseñor, Jesús Silva Herzog, Gonzalo Robles y Manuel Gómez Morín) por compartir, promover y generar una base cultural indispensable para el futuro de México,

particularmente del estudio de la economía. Debido a que la mayoría de las obras sobre economía estaban escritas en lengua extranjera (sobre todo en inglés), Daniel Cosío Villegas —fundador y creador del proyecto editorial— y su equipo, plantearon la idea de traducir al español las obras indispensables para publicarlas y propiciar su estudio entre los mexicanos, además de ahondar en los estudios científicos sociales para formar mexicanos capaces de resolver crisis nacionales sin la necesidad de hacer un llamado a estadunidenses, europeos y demás extranjeros (Díaz Arciniega, 1996, pp. 37-40). Como resultado, se crearon dos grandes proyectos institucionales: la Escuela Nacional de Economía y el Fondo de Cultura Económica. Así, pues, el principio filosófico e ideológico en el que se sustenta el FCE es la difusión de conocimientos sin fines de lucro, por medio de libros de autores nacionales y extranjeros para ampliar la visión de los individuos. Su desarrollo ha sido siempre bajo la idea de que lo primordial es la divulgación del conocimiento antes que la expansión en el ámbito comercial. Hoy en día su catálogo está formado no solo por obras de economía, sino de ciencia, antropología, literatura, lingüística, historia, sociología, entre otras disciplinas, lo que lo ha llevado a convertirse en una de las editoriales más importantes de Iberoamérica.

A pesar de que en la década de los noventa México sufrió cambios económicos y de que varias empresas estatales fueron privatizadas, el FCE no solo permaneció como institución del Estado, sino que se le dio un especial impulso empresarial hacia el exterior. Fueron años de apertura comercial de México y el mundo que dieron continuidad a la política económica —iniciada por De la Madrid durante su sexenio— de liberalización del mercado, sustentada con la negociación y posterior firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN).

Modernización, diplomacia cultural y el FCE, una combinación afortunada

Resulta que en 1990 el presidente Carlos Salinas de Gortari nombró director general del FCE a De la Madrid, puesto en el que permaneció hasta el año 2000. La noticia dejó atónitos a varios, y no era para menos, pues no era común que un expresidente se convirtiera en funcionario. ¿Pero por qué él? ¿Y por qué aceptó? Mi hipótesis es que ambos tenían un plan para llevar a cabo una política interna, basada en los planes

nacionales de desarrollo (PND), que había que echar a andar dentro del país para que se expandiera con ímpetu hacia el exterior.

Aunado a lo anterior, el FCE vivió un cambio crucial en el que experimentó una presencia en el mercado internacional del libro gracias a la diplomacia cultural. Hubo dos documentos centrales de la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE) dirigidos por el presidente de la República mexicana para llevar a buen puerto mencionadas estrategias, y fueron el Plan Nacional de Desarrollo de 1989-1994 y el de 1995-2000. En los dos planes se recalca una y otra vez la importancia del cambio y la identidad: "fortalecer la soberanía y colocar al país entre la vanguardia de las naciones" (Poder Ejecutivo Federal, 1989, p. 15). Como continuidad del primero, en el segundo se lee "fortalecer el ejercicio pleno de la soberanía nacional, como valor supremo de nuestra nación y como responsabilidad primera del Estado mexicano" (Poder Ejecutivo Federal, 1995, p. 6).

En el par de planes queda asentado que quien guiaría todo el desarrollo del país sería el Estado y que se daría especial atención a la modernización. Lo que explica por qué el FCE no fue privatizado: "El primer sujeto de la modernización será el Estado mexicano y sus relaciones con otras naciones, con los sectores y grupos sociales y con los ciudadanos [...] armonizando y articulando los intereses de todos los sectores" (Poder Ejecutivo Federal, 1989, p. 36). Los objetivos generales que se plantearon para la acción internacional de México fueron seis, de los cuales solo mencionaré los cuatro más relevantes: 1) apoyar el desarrollo económico, político y

social del país a partir de una mejor inserción de México en el mundo; 2) apoyar y promover la cooperación internacional en todos sus aspectos, como instrumento esencial para que la comunidad de nacionales alcance estadios superiores de entendimiento y desarrollo; 3) hacer de la cultura mexicana uno de los principales elementos para reafirmar la identidad nacional y ampliar la presencia del país en el mundo, y 4) promover la imagen de México en el exterior (Poder Ejecutivo

Foto de Alan Vega: https://www.pexels.com/es-es/foto/ciudad-punto-de-referencia-edificios-arquitectura-12312075/

Federal, 1989, pp. 45-46).

Y, así, a partir de estos objetivos se establecieron acciones puntuales como (Poder Ejecutivo Federal, 1989, pp. 46-49 y 1995, pp. 9-12):

- Intensificar el acercamiento con organizaciones y personalidades del exterior que puedan influir en las relaciones de sus países con México;
- realizar una campaña de difusión de la cultura mexicana a nivel mundial al "fomentar el aprecio a nuestra historia, a nuestra cultura, a las costumbres, los valores y principios que nos dan identidad";
- conducir el cambio a través de las instituciones que los mexicanos nos hemos dado a lo largo de la historia;
- aumentar la coordinación interinstitucional para tener una presencia más uniforme y congruente de las distintas instituciones mexicanas que, por su quehacer, influyen en dicha imagen;
- adoptar una actitud activa para crear una imagen que corresponda a nuestra realidad y aspiraciones;
- identificar intereses coincidentes o complementarios con otros países a fin de apoyar el desarrollo nacional y lograr la concertación internacional;
- la descentralización como instrumento idóneo para extender la red de servicios culturales;
- estímulo de la creatividad artística;
- difusión del arte y la cultura;
- promoción de nuevas ediciones, que atiendan de manera particular a los niños y a los jóvenes;
- una más amplia distribución, a lo largo de todo el país, de las publicaciones nacionales y extranjeras.

En los últimos dos puntos se evidencia con mayor claridad la necesidad de la industria editorial. También, en los dos planes, se resalta el papel de México en la dinámica mundial con un enfoque geográfico con América del Norte, Latinoamérica y el Caribe, la Cuenca del Pacífico, países desarrollados y regiones no americanas. En el PND de 1995, el Estado mexicano acepta que "hemos sufrido las consecuencias negativas de los abruptos cambios de la economía mundial y de la opinión internacional sobre nuestro país. Por

Foto de FranDany: https://www.pexels.com/es-es/foto/foto-de-angulo-bajo-vendedor-ambulante-cultura-mexicana-tiro-vertical-12317488/

eso es imperativo actuar en el ámbito internacional para favorecer nuestros intereses" (Plan Ejecutivo Federal, 1995, p. 9). Lo que demuestra la urgencia de remediar la imagen de México y, dado que la cultura es un puente para crear intercambios, qué mejor que utilizar las herramientas del poder suave, manejadas por un político y administrador como De la Madrid, que ya conocía bien el manejo de la política tanto interna como externa.

Así que había que hacer libros bajo la tutela del Estado, tal como expuso el presidente Salinas en su quinto informe de gobierno al predicar que la cultura es la esencia de la nación, pues la soberanía

> está en nuestra cultura milenaria, en nuestras raíces históricas, en nuestra identidad colectiva. Somos una verdadera nación, por el sentido de pertenencia que generan nuestras tradiciones y valores, y por nuestra voluntad deliberada de ser y permanecer mexicanos [...] Las fronteras políticas de la patria coinciden con el ámbito mismo de nuestra cultura (Salinas de Gortari, 1993, pp. 70-71).

Es evidente que se requerían nuevas formas de *administrar* la cultura, de *negociar* la cultura, de *coordinar* las instituciones creadas para proteger, promover, difundir y preservar la cultura.

En el discurso de designación, Salinas resaltó al modernismo como eje de la nueva administración y afirmó que De la Madrid pondría en práctica la modernidad, pues lo distinguía una "clara comprensión de que nuestra patria, para modernizarse y progresar,

Foto de Pixabay: https://www.pexels.com/es-es/foto/pila-de-libros-en-el-estante-256559/

tiene que abrevar e insertarse en las corrientes universales de pensamiento y acción" (Salinas de Gortari, 1990, p. 57).

El discurso de la toma de posesión de De la Madrid tuvo toques políticos y elogios muy característicos del PRI, pero no dejó de lado los objetivos para la casa editorial:

- Conservar el puesto de prestigio en la actividad editorial,
- mejorar la venta y distribución de libros,
- autosuficiencia financiera,
- colaborar con gente experta (comités editoriales),
- impulsarlo hacia el exterior,
- fortalecer la identidad nacional,
- continuar siendo un espacio para la creatividad,
- educar a la nación (De la Madrid Hurtado, 1990, p. 59).

Desde mi perspectiva, todos estos puntos involucran una política exterior y, por tanto, el manejo de la diplomacia cultural, puesto que no era casualidad que De la Madrid se interesara por atraer la mirada extranjera, sino que estaba cumpliendo con los planes de política exterior. Así que promovió en esta casa editorial una imagen cultural, elegante y de progreso de México con la finalidad de que el tiempo se dedicara a proyectarle hacia el mundo.

Con el fin de darle al lector una idea, aunque breve, de cómo fue que el FCE empató con los puntos de los planes nacionales de desarrollo antes mencionados, detallaré bajo estas líneas las acciones puntuales de diplomacia cultural. Comenzaré por hablar de las publicaciones, es decir, de los libros que se producían y que fueron un *vehículo* para transformar la imagen de México.

Cuatro nuevas colecciones

A lo largo de la historia, las colecciones del FCE han constituido una gran biblioteca de libros en español que alberga "todas las materias del saber, la creación y la crítica. En ella se reúnen los libros esenciales de la cultura universal, de la cultura mexicana, y de todo Iberoamérica" (De la Madrid Hurtado, 1994, p. 9). El director de la editorial daba especial atención a dichas colecciones y al catálogo en conjunto porque, desde su mirada administrativa, consideraba que "era necesario que el Fondo de Cultura [sic] contara con el compendio impreso de su memoria bibliográfica, y que conociera, por medio de una revisión editorial exhaustiva y una política efectiva, el número de títulos a lo largo de su historia" (De la Madrid Hurtado, 1994, p. 11). Bajo

la administración de De la Madrid se crearon 23 nuevas colecciones. Aquí me referiré a cuatro de ellas cuyo enlace internacional es más evidente.

A la Orilla del Viento

Esta colección estuvo a cargo del editor Daniel Goldin y fue una respuesta a lo estipulado en el pnd sobre "enriquecer y diversificar la obra editorial educativa y cultural, principalmente la destinada a niños y jóvenes" (Poder Ejecutivo Federal, 1995, p. 42).

En México hacía falta la solidificación de obras dedicadas a este público. Por eso fue una tarea tan especial y necesaria. En su mayoría fueron traducciones de textos en alemán, inglés, francés, italiano, portugués y hasta del hebreo. Lo que ya de entrada implicaba una relación entre naciones mediante la negociación que brinda la venta de derechos y de la que hablaré en líneas más adelante. También, los libros podían ser impresos con empastado blando o rústico, o en tapa dura; con tintas a color o solo blanco y negro.

El tema fue premeditado y estudiado con precisión para fomentar la lectura entre niños y jóvenes, teniendo como meta que, en el futuro, hubiera más y mejores lectores. No solo lo digo yo: Daniel Goldin, a los 25 años de haber incursionado en esta colección, esbozó que siempre tuvo en mente que el catálogo debía considerarse como un acontecimiento político (Goldin, 2016, p. 6). Pero ¿qué relación hay entre A la Orilla del Viento y la diplomacia cultural? En primer lugar, el objetivo que movía al proyecto "no era publicar una serie de libros excelentes, sino un catálogo concebido como un dispositivo para crear un mercado y, al mismo tiempo, un espacio social para la palabra [...] lograr la revaloración social del libro y del niño como sujeto cultural" (Goldin, 2016, p. 7). Es decir, reforzar la capacidad de apropiación cultural en niños, jóvenes, y adultos mediante un objeto que había sido seleccionado entre lo mejor que se estaba produciendo en el mundo para generar un vínculo cultural entre ese texto (escrito lo mismo en EUA, Inglaterra o Argentina) y un niño mexicano: un vínculo entre México y el mundo.

Además, se promovieron los libros de autores internacionales y nacionales por medio de eventos como exposiciones, festivales o sesiones de narradores orales y ferias internacionales del libro infantil y juvenil, acciones que caracterizan a la diplomacia cultural. Para conocer algunos títulos de esta colección véase el cuadro 1.

Tabla 1. Diez libros de ***A la Orilla del Viento.*** Fuente: Elaboración propia a partir de la consulta de títulos en el acervo bibliográfico del FCE en la Biblioteca Gonzalo Robles.

#	AÑO	TÍTULO	AUTOR (A)
1	1991	*Willy el tímido*	Anthony Browne
2	1992	*Ani y la anciana*	Miska Miles (texto) y Peter Parnall (ilus.)
3	1993	*La escoba de la viuda*	Chris van Allsburg
4	1994	*El visitante nocturno: Historias del campo mexicano*	Bruno Traven (texto) y Claudia de Teresa (ilus.)
5	1995	*La peor señora del mundo*	Francisco Hinojosa (texto) y Rafael Barajas "El Fisgón" (ilus.)
6	1996	*Un enorme animal nube*	Emilio Carballido (texto) y José Antonio Hernández Amezcua (ilus.)
7	1997	*Vida de perros*	Isol
8	1998	*Gato tiene sueño*	Kitamura, Satoshi
9	1999	*Lobo*	Olivier Douzou
10	2000	*María está enamorada*	Brigitte Smadja (texto) y Jotavé (ilus.)

Fideicomiso Historia de las Américas

En los primeros años del FCE, en lo que era La Casa de España en México (1938-1940), colaboraron varios científicos sociales y humanistas impartiendo clases, pero también aportaron al FCE sus traducciones, redacciones y correcciones de textos. Después, esta casa se convirtió en lo que hoy es El Colegio de México (COLMEX). Desde sus inicios fueron instituciones hermanas. El COLMEX fue liderado por Alfonso Reyes y el FCE por Daniel Cosío Villegas, diplomáticos ellos, hombres de letras y también colegas y amigos.

De la Madrid decidió crear la colección Fideicomiso Historia de las Américas con el objetivo de "contribuir a la renovación de las ciencias sociales del Continente y de México en particular" (Fondo de Cultura Económica, 2001, p. 7)

Dentro de los objetivos de la nueva colección estaba la difusión universitaria, incentivar las investigaciones, "crear un mecanismo que articulara en la esfera nacional y supranacional, cada una de las mejores expresiones en el campo de la historia, de la sociedad y de la economía"[51], y que se desarrollaran temas de expresiones regionales y estatales de México. Esto, considero yo, tenía una finalidad que iba más allá de solo afianzar los lazos con una institución como el Colmex, y que era la de empatar con lo estipulado en el PND sobre "realizar una campaña de difusión de la cultura mexicana a nivel mundial" (Poder Ejecutivo Federal, 1989, p. 47), pues al elaborar libros sobre México, de la cultura prehispánica, de la historia de los estados de la República, de la evolución y el comportamiento general de la economía contemporánea, de la política económica y su efectividad, se fomentaba "el aprecio a nuestra historia, a nuestra cultura,

51. "articula" en el original; lo modifiqué para corresponder con la concordancia del tiempo de mi texto.

a las costumbres, los valores y principios que nos dan identidad" (Poder Ejecutivo Federal, 1995, p. 12), tal como lo dictaba el PND. Sin dejar de lado que estos temas tienen vínculo evidente con los contenidos temáticos de las Relaciones Internacionales.

Resulta evidente la necesidad, por parte de los directivos del FCE, de utilizar la palabra escrita (en particular el libro) como objeto para formar una identidad con tonos de orgullo. Además, al tratarse de publicaciones escritas por académicos y publicadas por dos instituciones de renombre (véase el cuadro 2), convertía a cada uno de los libros de la colección en una carta lo suficientemente bien jugada para mostrar al exterior. Una carta que a la vez era de prestigio, de investigación, de conocimiento y orgullo de la nación.

Tabla 2. Diez libros de ***Fideicomiso Historia de las Américas.*** Fuente: *Ídem.*

#	AÑO	TÍTULO	AUTOR (A)
1	1993	*Coyunturas opuestas: La crisis del siglo XVII en Europa e Hispanoamérica*	Ruggiero Romano
2	1994	*Presidencialismo y sistema político: México y los Estados Unidos*	Alicia Hernández Chávez (coord.)
3	1994	*Breve historia de Colima*	José Miguel Romero
4	1995	*Las inversiones extranjeras en América Latina, 1850-1930. Nuevos debates y problemas en historia económica comparada*	Carlos Marichal (coord.)
5	1996	*Estructura político-territorial del Imperio tenochca. La Triple Alianza de Tenochtitlan, Tetzcoco y Tlacopan*	Pedro Carrasco
6	1997	*Espacios mexicanos contemporáneos*	Claude Bataillon
7	1998	*El desarrollo estabilizador: Reflexiones sobre una época*	Antonio Ortiz Mena
8	1999	*Ciudadanía política y formación de las naciones. Perspectivas históricas de América Latina*	Hilda Sabato (coord.)
9	2000	*Desarrollo social y cambios productivos en el mundo rural europeo contemporáneo*	Marcello Carmagnani y Gustavo Gordillo de Anda (coords.)
10	2000	*Breve historia de Chiapas*	Emilio Zebadúa

Entre voces

La colección Entre Voces cumplió con los objetivos de difundir y fomentar la lectura desde un costado innovador al utilizar la tecnología, pues es una colección que constaba de publicar discos compactos grabados con textos de destacados autores nacionales e iberoamericanos, quienes, en su mayoría, leyeron sus propias obras (véase el cuadro 3). Es decir, empataba con la modernización que impregnó las políticas internas y externas del México de aquella época. Así, la colección cumplió con lo estipulado en el PND de 1989-1994 cuyos versos demandaban la creación de "iniciativas culturales que estrechen

el conocimiento y el aprecio de otras formas de ser nacionales que enriquezcan nuestra propia diversidad y la proyecten al mundo" (Poder Ejecutivo Federal, 1989, p. 38).

Entre Voces no solo es bella e importante por regresarle el sonido a las palabras que, aunque escritas, fueron alguna vez sonoras, sino porque al ser sonoras abarcaba un público más amplio: aquél con alguna discapacidad visual. Y al hacerlo, no sólo estaba modernizando su catálogo, sino fomentando el interés por la cultura y difundiendo el arte de México de una forma más "moderna".

Los discos y casetes como objetos simbólicos difuminaron la línea entre los espacios que normalmente separan las fronteras. Dicho de otro modo, se estaban tendiendo puentes para propiciar el entendimiento mutuo al alentar la cultura, la lengua, las tradiciones y los valores, objetivo de la diplomacia cultural (Rodríguez Barba, 2015, p. 42).

Tabla 3. Diez discos de ***Entre Voces.*** Fuente: *Ídem.*

#	AÑO	TÍTULO	AUTOR (A)
1	1996	*Jaime Sabines en Bellas Artes*	Jaime Sabines
2	1997	*En el filo del gozo*	Rosario Castellanos
3	1997	*Cristóbal Nonato*	Carlos Fuentes
4	1997	*Sinfonía concluida y otros cuentos*	Augusto Monterroso
5	1997	*Juan Rulfo*	Juan Rulfo
6	1998	*Neruda por Sabines*	Pablo Neruda
7	1998	*Letanía erótica*	Griselda Álvarez
8	1998	*Muertes históricas*	Martín Luis Guzmán
9	1999	*El duque Job*	Manuel Gutiérrez Nájera
10	2000	*Escritura en voz alta*	Fernando del Paso

Periolibros. Iberoamérica pinta

Éste es un proyecto que el FCE realizó con la Unesco en el periodo 1992-1997. El nombre se explica porque las obras completas de autores iberoamericanos (véase el cuadro 4) de reconocido prestigio —obras ya publicadas en formato de libros— fueron presentadas ahora en suplementos de "27 periódicos de países de Latinoamérica, Estados Unidos y la península ibérica [...] en sus ediciones dominicales sin elevar su precio" (Fondo de Cultura Económica, 1994, p. 29). De ahí el juego de periodicos y libros; "Iberoamérica pinta", porque los textos iban acompañados de la obra plástica de artistas iberoamericanos. El objetivo fue difundir y divulgar "muchas de las más importantes creaciones de los poetas, narradores y artistas plásticos contemporáneos más altamente representativos

de la expresión artística del espacio histórico cultural iberoamericano" (Fondo de Cultura Económica, 2000, p. 85).

El proyecto surgió como parte de los compromisos asumidos en la Primera Cumbre Iberoamericana, en la ciudad de Guadalajara, México, donde se reunieron los jefes de Estado de Iberoamérica, y Periolibros formó parte de los compromisos ahí asumidos con el fin de desarrollar "las relaciones en el área de la cultura [...] como una de las iniciativas culturales más exitosas y sin precedente en el mundo editorial hispanoamericano" (Fondo de Cultura Económica, 2000, p. 85).

Su distribución no solo fue en español, sino que se tradujeron "al portugués con la intención de cubrir la demanda de Brasil y Portugal" (Fondo de Cultura Económica, 1994, p. 29), donde se llamaron *Jornalivros*, cualidad que lo vuelve aún más internacional. Aunado a que significó "un puente más firme hacia la cooperación, la solidaridad y la fortaleza entre [...] países" (Fondo de Cultura Económica, 2000, p. 85).

Se planeó que el primer título de Periolibros apareciera en toda la red de diarios asociados el 24 de octubre de 1992, día de las Naciones Unidas. Algunos de estos periódicos fueron *O Globo* (Brasil), *Sport & Show* (Canadá), *El Espectador* (Colombia), *El Diario* (Nueva York, EUA), y *Diario de Noticias* (Portugal) por mencionar algunos.

Federico Mayor Zaragoza, entonces director de la Unesco, esbozó sobre el proyecto que

> merece el aplauso unánime de toda la comunidad iberoamericana y de todo el mundo de la cultura [...] Creo sinceramente que es una contribución importantísima a la promoción de la lectura, objetivo fundamental de la organización que dirijo. El "Periolibros" (sic.) será accesible a un universo de millones de lectores y constituye un instrumento importante para democratizar la lectura y para consolidar la necesaria integración de nuestras naciones (ABC, 1992, p. 45).

Nuevamente, una muestra de cómo fueron un vehículo para de manera interna dar una imagen a México y de manera externa, dar una imagen de México.

He mencionado solo cuatro colecciones, pero, en general, en la década (1990 – 2000), se publicaron un total de 5,581 títulos entre primeras

y nuevas ediciones y reimpresiones que desde sus páginas saludaban con temas de psicología y psicoanálisis, política, sociología, literatura, historia, antropología, filosofía, educación y pedagogía, economía, ciencia y tecnología, arte, arquitectura y urbanismo.

Mi objetivo al compartir brevemente las temáticas de estas colecciones es esclarecer y poner de relieve cómo fue que el Poder Ejecutivo buscaba la soberanía nacional por medio de la cultura, y siendo una institución cultural y nacional el FCE era pieza imprescindible para lograrlo. Así, una vez producida toda la obra artística y cultural, tanto de mexicanos como de extranjeros, podía proyectarse al exterior en nombre de México, no de una empresa privada. Esto me hace pensar en un texto de Gabriel Zaid donde nos recuerda que:

> no queremos una cultura reducida a leer libros de autores mexicanos, editados en México, con papel mexicano, en talleres mexicanos y distribuidos por transportistas mexicanos. Se trata de apoyar la creación y producción nacional, pero no a costa de empobrecer la lectura nacional. Tampoco queremos que a los lectores de otros países se les haga difícil o imposible leer libros mexicanos (Zaid, 1996, p. 138).

Y es que para llevar a cabo las palabras de Zaid se necesita negociar con otros países, intercambiar y llegar a acuerdos en términos de cultura y, particularmente, en términos del libro. A las acciones puntuales de la presencia internacional del FCE dedicaré los siguientes párrafos en este artículo.

Tabla 4. ***Diez publicaciones en Periolibros. Iberoamérica pinta.*** Fuente: *Ídem.*

#	AÑO	TÍTULO	AUTOR (A)	ILUSTRADOR (A)
1	1992	*Poemas humanos*	César Vallejo	Oswaldo Guayasamín
2	1992	*Canciones*	Gabriela Mistral	Graciela Rodó Boulanger
3	1993	*Antología*	Alfonso Reyes	Raúl Anguiano
4	1993	*Cuentos de la selva*	Horacio Quiroga	Gino Ceccarelli
5	1994	*El trueno entre las hojas y otros cuentos*	Augusto Roa Bastos	Zaida del Río
6	1994	*Los versos del capitán*	Pablo Neruda	Fernando Botero
7	1994	*Poesía*	Manuel Scorza	Gernardo Chávez
8	1995	*Selecciones literarias 1995*	Nicanor Parra, Ernesto Sábato, José Martí	Rosa Mena Valenzuela, Ramiro Jácome, Manuel Chong Neto
9	1996	*Confabulario*	Juan José Arriola	Ludwig Zeller
10	1997	*Cuentos*	Arturo Uslar Pietri	Margarita Jaramillo

Subsidiarias del FCE como embajadas de México

Mucho del prestigio del FCE proviene de la importación de obras fundamentales para el medio académico y también por haber publicado a las grandes plumas hispanoamericanas, lo que ha suscitado el interés de editoriales extranjeras por publicar obras de su catálogo.

Para el FCE, el ámbito internacional debía atenderse con el objetivo de difundir la cultura de México; interactuar con otros países representaba un genuino factor de progreso, pues, además de enriquecer la cultura de México, era una herramienta más para consolidar la identidad nacional. Para lograrlo, estableció subsidiarias y representaciones en el extranjero con el fin de difundir y consolidar su presencia en los mercados de Latinoamérica, España y Estados Unidos. Se les llamaba subsidiarias porque cada una de ellas recibía un subsidio anual por parte del FCE México, la sede principal, y éste, a su vez, lo recibía por parte del gobierno mexicano (Fondo de Cultura Económica, 1996, p. 17). Estaban ubicadas en Argentina, Chile, Perú, España, Venezuela, Colombia, Estados Unidos de América, Brasil y Guatemala, países en los que, como mencioné, el gobierno mexicano decidió poner especial atención como estrategia de su política exterior. Seis de las subsidiarias ya existían antes de De la Madrid, pero la mayoría estaban al borde de la quiebra. La aportación del director fue lograr darles a todas un impulso económico y cultural para sacarlas a flote nuevamente y, así, que hablaran por sí solas de lo bien que llevaba el gobierno mexicano la cultura. Además, el FCE contaba con 13 representaciones en Bolivia, Canadá, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Panamá, Puerto Rico, República Dominicana y Uruguay (Fondo de Cultura Económica, 1992, p. 39). Las representaciones eran librerías que promocionaban y difundían los libros del FCE. Dicho de otro modo, el ciudadano uruguayo, por ejemplo, podía adquirir los libros producidos en México y/o en las subsidiarias en una librería de su propio país. Éstas eran librerías originarias de estos países, independientes al FCE, pero con interés en el catálogo de la editorial.

Desde mi punto de vista, una forma de explicar y resumir la labor de las subsidiarias y representaciones es decir que fueron embajadas de la cultura de México en el mundo.

Importancia de las Ferias Internacionales del Libro en la diplomacia cultural

Ahora que ya conocemos los países con la mayor interacción internacional del FCE, quiero detenerme un momento en la importancia de las ferias internacionales del libro para después conectar la explicación que sigue con la comprensión de cómo estas ferias aportaron a la gestión del cambio de imagen de México. Pues como veremos, son espacios en los que, mediante la interacción de dos personas de distintos países, se ejerce la diplomacia cultural cara a cara. Una feria del libro es "una verdadera fiesta de la lectura donde confluyen los actores que hacen parte de la cadena del libro 'del autor al lector, del editor al librero' [...] son un espacio privilegiado para establecer un diálogo en torno a las ideas y divulgar la producción intelectual de nuestros países" (Zapata López, 2012, p. 12). Una feria del libro puede ser vista "como una posible

Foto de Ricardo Esquivel: https://www.pexels.com/es-es/foto/libros-1926988/

expresión de los bienes simbólicos y de los valores culturales de una ciudad, estado, región o nación" (Dos Santos Piúba, 2012, p. 46), además de ser un "lugar de reflexión acerca de los temas más actuales en relación con el libro, la lectura y el derecho de autor" (Torres Cadena, 2012, p. 56).

En Iberoamérica hay muchas y variadas ferias del libro, así como en EUA y la Unión Europea. Las principales son, sobre todo, las de Guadalajara, Fráncfort y Bolonia, mismas que para el Fondo fueron imprescindibles en su agenda, pues concretaba en ellas negocios sustanciales.

A nivel internacional, la Feria Internacional del Libro de Guadalajara (FILG), es considerada "la feria con mayor movimiento de negocios en español de Latinoamérica, y a su vez, el evento cultural más grande de la ciudad de Guadalajara" (Uribe Schroeder, 2012, p. 30). Por supuesto, el FCE nunca 'desde 1987' ha faltado a esta fiesta, la cual es "pionera en la consolidación de salones de negociación de derechos, pues han abierto un espacio para que autores, agentes literarios y editores de todo el mundo realicen negocios, haciendo posible la entrada de obras y autores latinoamericanos en nuevos mercados" (Torres Cadena, 2012, p. 58). En esta feria se reúnen alrededor de 47 países. El Fondo contaba con un gran stand para la casa matriz y con stands propios para las subsidiarias que tenían programa editorial, es decir, aquéllas que editaban y producían sus propios libros, a saber: Argentina, Chile, Perú, España, Colombia y Guatemala.

En FILG el espacio denominado "fil niños" fue y es un espacio dedicado a los lectores en formación, donde se realizan talleres y espectáculos para niños entre tres y 12 años. Para el FCE ha resultado ser una maravillosa oportunidad para ofrecer las colecciones dedicadas a los niños y jóvenes, como la ya conocida A la Orilla del Viento.

En cuanto a las ferias llevadas a cabo en otros países, una de las más renombradas es la Feria Internacional del Libro de Fráncfort, que aunque tiene un formato parecido a la FILG es más grande y está centrada, sobre todo, en la venta de derechos. Suelen organizarse debates de actualidad sobre eventos internacionales y socio-políticos. Es organizada por la Asociación de Editores y Libreros de Alemania, y es considerada la feria más grande del mundo, con alrededor de 7,200 expositores. En ella, como en la FILG, convergen

autores, editores, traductores, agentes de derechos y público en general.
El Fondo había estado presente en Fráncfort desde 1949 hasta 2019, cuando el actual director, Paco Ignacio Taibo II, argumentó que había "poco que ofrecer" y consideró que no representaba ningún interés (Aguilar Sosa, 2019).

Una vez esbozado lo que es y de lo que trata una feria, quiero darles luz a dos aspectos sobre estos espacios para resaltar la diplomacia cultural: la venta de derechos (en la que el catálogo es protagonista) y el país invitado de honor.

En cuanto al primero, comienzo por decir que con la compra y venta de derechos se da inicio al proceso de producción editorial y, oso decir, a las relaciones internacionales de dicho proceso, pues "para que un libro cobre vida física, en cualquiera de los soportes existentes, es necesario tener los derechos de una obra[...], las ferias representan oportunidades únicas para llevar adelante este proceso" (Herrero de Consiglio, 2012, p. 98). Normalmente, los involucrados son los editores o responsables del departamento de derechos, conocidos como *foreign rights director* o *foreign rights manager*, los agentes literarios y los *scouts*. El catálogo para las ferias es tarea aparte, pues se deben seleccionar aquellas obras que tengan potencial para el mercado de derechos. Es como un menú, libros a la carta, por así decirlo y, por lo tanto, debe ser selecto.

El Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLALC), cuyo objetivo mundial es el fomento del libro y la lectura, recomienda que los catálogos ofrezcan los datos técnicos del libro: título, autor, isbn, formato, número de páginas, venta de derechos a otros mercados, la portada del libro; que sea a color y que no sea muy extenso. En la sinopsis se debe mencionar si el libro o el autor tiene un premio reconocido internacionalmente. El Fondo los elaboraba en español y en inglés, pues se recomienda a las editoriales hispanohablantes contar con un catálogo en inglés para incluir editoriales que no hablen el mismo idioma.

Me aventuro a decir que el catálogo para ferias es para el *foreign rights manager* lo que la diplomacia cultural es para la política exterior, una herramienta de negociación, una forma de presentar la imagen y persuadir al otro mediante obras artísticas para entablar relaciones de índole internacional.

El segundo aspecto que no quiero dejar fuera es el tema del país invitado de honor. En las ferias internacionales del libro se invita a un país a ser homenajeado. Y, en apariencia, no es más que diseñar el evento en torno a las características que identifican al país. Por lo que tanto promocionales como escenarios portan los colores, símbolos y demás singularidades del país, es decir, lo que el poder suave caracteriza como "marca nación", Por ejemplo, en 2019, el país invitado de honor de la FILG fue India, así que todo el material de promoción tenía mandalas, palabras en hindi, mudras y colores brillantes muy característicos de las vestimentas de ese país. La sala dedicada a India tenía mamparas con palabras en sánscrito, del techo colgaban letras en hindi, el om, y había un librero al centro

Foto de Guilherme Rossi: https://www.pexels.com/es-es/foto/hombre-sentado-en-el-piso-de-la-habitacion-llena-de-libros-2553424/

con temas de yoga, budismo, meditación, cantos, historia de India y bibliografías de los personajes indios más famosos como Mahatma Gandhi. Así ocurre también en la Feria Internacional del Libro Infantil de Bolonia y en la Feria Internacional del Libro de Fráncfort. En 1992, por ejemplo, México fue el país invitado de honor de ésta última. Por supuesto que el FCE asistió como expositor a tan honorable fiesta.

Esto, desde mi perspectiva, es un argumento más que pone en valía las ferias internacionales del libro ante la diplomacia cultural. Detrás del hecho de participar como país invitado de honor, auspiciado por otro país que te hace sentir en casa, está la "voluntad política y la decisión de hacerse visible más allá de las fronteras" (Zapata López, 2012, p. 38). Además de que es una oportunidad eximia para divulgar las culturas nacionales y la obra editorial de cada país, pues es un espacio donde prácticamente no existen las fronteras, lo que hace prosperar las relaciones e intercambios internacionales.

Pero no solo los libros ni las reuniones permiten proyectar la imagen de un país, hay estudios sobre cómo el contenido de las revistas puede cambiar la perspectiva de un pueblo entero7, Sobre esto, el FCE publicó de manera internacional un boletín denominado *Azteca. Boletín Bibliográfico Internacional* y, desde mi perspectiva, fue un vehículo para promover intercambios.

El boletín bibliográfico internacional

El boletín apareció por primera vez en julio de 1990 y duró hasta junio de 1995. Fue una publicación mensual con un tiraje de 11 mil ejemplares que se distribuía gratuitamente y era coordinada por la Gerencia Internacional del FCE. Fue una publicación destinada a tratar las mejores aspiraciones del FONDO en el ámbito internacional. Sus páginas se dedicaban a "asuntos editoriales, a explicar cuestiones históricas o literarias, a narrar hechos artísticos o a difundir la obra de científicos eminentes" (Azuela , 1991, p. 7). Esta publicación, aunque era interna y su principal objetivo era impulsar las ventas de los libros del FCE, sí hizo las veces de revista literaria, pues además de incluir noticias de lo que ocurría en el país y en el extranjero en relación con la editorial, informaba sobre eventos coyunturales de índole internacional, e inteligentemente los relacionaba con sus libros. Dicho de otro modo, en

él fluía "la información, el comentario, la reseña, el anuncio oportuno, sobre el quehacer diario del libro al propio tiempo que analizaban los fenómenos de integración por la cultura [...] en las naciones hispanohablantes" (Murillo Cruz, 1991, p. 5).

De entre todos sus números, rescato dos anotaciones: la primera es que en el primer número se concedió un pequeño espacio al texto "Cultura y soberanía nacional", escrito por De la Madrid, y del que extraigo las siguientes líneas: "En los tiempos que corren (de crisis y de cambio) la cultura es el ámbito más sólido de soberanía nacional. Su preservación y enriquecimiento, así como su difusión, son tareas indispensables para conservar y fortalecer la identidad nacional" (De la Madrid Hurtado, 1990b, p. 1). Dichas palabras parecían dar una suerte de inauguración al boletín, al tiempo que lo posicionaba como puente para el intercambio internacional y cultural.

La segunda anotación se trata de un artículo titulado "Diplomacia cultural", escrito por Federico Osorio Atluzar en 1990 (p. 6), quien se refiere a la actividad cultural del primer año de dirección de De la Madrid en el FCE. Escribe que para la administración de ese entonces "el libro es el detonador más eficaz en el proceso de interacción Iberoamericana a través de la cultura". También resalta que la circulación del boletín internacional era una muestra de lo mucho que puede hacer el FCE respecto al impulso de la promoción del libro a escala mundial. El artículo cierra con una oración bella y esclarecedora en torno a por qué el nuevo director comenzaba un camino de diplomacia cultural en el Fondo de Cultura Económica: "El libro puede llegar a ser el más eficiente embajador en este Continente [*sic*]". El encabezado de dicho artículo es la única evidencia que pude encontrar del uso del concepto como quehacer rector de la administración del FCE en la década de los noventa. No obstante, el lector no me dejará mentir que las acciones que he puesto en relieve hasta ahora llevan implícita la teoría de la diplomacia cultural.

El boletín se caracterizaba por el uso de fotografías, portadas de libro e ilustraciones, imágenes como acompañamiento de las publicaciones; así se contaban, también de manera visual, los eventos más importantes del Fondo fuera del país. La constante en los distintos números era la "Guía de compras", donde se le explicaba al interesado dónde y cómo se hacían los pedidos de libros,

además de explicarle el procedimiento de envío. Este anuncio era dirigido, sobre todo, a escuelas y librerías. Otra, muy peculiar, fue el "Aviso a las casas editoriales", donde se publicaba una lista con varias obras que el FCE tenía vigentes para la venta de sus derechos al mundo.

Siempre aparecía el directorio de las subsidiarias, que cambiaba con el tiempo debido a la inauguración de las nuevas o la apertura de éstas y/o las representaciones. Estos siempre tenían tipografías grandes a modo de celebración y llamado a la comunidad internacional de que el FCE seguía creciendo mediante pasos firmes y modernos. Además, con un diseño cambiante, a veces al margen, a veces al centro, se encuadraban las novedades, con título, autor, portada y breve sinopsis, ¡casi como un catálogo para feria!

En algunos números se publicaron artículos escritos por De la Madrid, no solo de informe sobre el FCE, sino de análisis político-internacional. Un ejemplo de esto es "México, Estados Unidos y Canadá. Culturas plurales e identidades nacionales. Reflexiones en torno a identidad y cultura" (De la Madrid Hurtado, 1993), con motivo de la celebración de la firma del TLCAN.

Otro dato que aporta a la materia es que, a partir de 1991, la Gerencia Internacional del FCE redactó un breve texto bajo el título "Editorial" sobre lo que el lector iba a encontrar *grosso modo* en las apretadas páginas del boletín, pero también, en ocasiones, una reflexión concerniente a un tema de índole internacional, e invitaba a conocer más del tópico aludiendo a alguno de los libros publicados por el Fondo. Para mí, era una forma magistral de acercarse al público: plantearle un tema de interés para engancharlo y después ofrecerle el libro, era como decirle "está interesante lo que te platico, ¿verdad? ¡Pues ven, yo tengo libros para ti!"

Después de 1995 el boletín continuó su publicación únicamente con fines publicitarios, el formato era más pequeño y su nombre se modificó a *Azteca*, sin más. Funcionaba como una suerte de catálogo de las novedades y reimpresiones más recientes que ayudó a la promoción y venta de los libros.

Azteca. Boletín Bibliográfico Internacional fungió como vehículo para consolidar el Estado-nación y un proyecto político nacional, al tiempo que se afianzaba la identidad mexicana (lo que concuerda a la perfección con el Plan Nacional de Desarrollo de 1989-

1994 y el de 1995-2000), por medio de los libros, haciendo de la cultura escrita una notable obra social.
Fue una publicación influyente para persuadir a editoriales, librerías, instituciones, organizaciones mundiales, de que el FCE tenía una actitud de apertura hacia la modernidad.
Los colaboradores que publicaban sus artículos en el boletín eran personas prestigiadas en el medio, por lo tanto, valoradas y escuchadas (o más bien leídas). Esta publicación fue una forma *sutil* de decirle a trabajadores y amigos qué temas leer, y no solo leer libros, sino leer los libros del Fondo, que iban desde la política, pasando por la poesía, hasta la literatura infantil. El boletín podía encontrarse en las librerías de la Ciudad de México, en las de la República Mexicana, y en todas las subsidiarias y representaciones. Particularmente, se hallaban en las librerías del FCE, cuya existencia también fue parte de la diplomacia cultural y de las que hablaré a continuación para cerrar este artículo.

Librerías del FCE, un escaparate cultural

Durante la década mencionada siete abrieron sus puertas con el objetivo principal de acercar y promover la cultura en toda la sociedad mexicana. Antes de este periodo ya existía una librería ubicada en la Ciudad de México (CDMX), en las antiguas oficinas del FCE en avenida Universidad, bajo el nombre "Daniel Cosío Villegas", en honor al fundador de la casa editorial. Esta librería se fundó en 1954, pero dejó de dar servicio varios años debido a que las oficinas fueron reubicadas en el Ajusco, donde hoy en día se encuentra el edificio sede. Posteriormente, se reubicó a pocos metros del terreno original y se reinauguró dentro del periodo de De la Madrid.[52] Así, en 1992, la segunda librería fue nombrada "Alfonso Reyes", aludiendo al escritor y diplomático mexicano que fundó el COLMEX. Esta librería está en el mismo edificio que las oficinas centrales de la editorial, en el Ajusco, y es parte del terreno del edificio sede.

En 1997 se abrieron cuatro librerías. Así, nació la librería "Octavio Paz", ubicada en la avenida Miguel Ángel de Quevedo en la CDMX. La creación de esta librería marca un hito porque se le dio un giro al concepto tradicional de librerías. Éstas eran conocidas por ser establecimientos solo para la venta de libros, pero en este periodo se transformaron en "espacios amplios

52. La valiosa información la tuve gracias a Rosario Martínez Dalmau, bibliotecaria y jefa de la Biblioteca Gonzalo Robles del FCE.

y confortables para la lectura, venta y presentación de libros y otros eventos de tipo cultural" (Fondo de Cultura Económica, 2002, p. 3). "La Octavio Paz", como se le conoce coloquialmente, dio cabida a un salón de usos múltiples con capacidad para 120 personas y el área propiamente de librería, donde para 1999 se encontraban disponibles 4,200 títulos del catálogo del Fondo y más de 15 mil de los fondos académicos más importantes del país (Fondo de Cultura Económica, 2002, p. 3). En este mismo año vio la luz "Un paseo por los libros" ubicada en el pasaje Zócalo-Pino Suárez del Metro de la Ciudad de México. Lo que claramente es un esfuerzo por llegar a todo el público mexicano. En Monterrey, Nuevo León comenzó a dar servicio "Fray Servando Teresa de Mier", inaugurada el 24 de julio de 1997 y en Guadalajara, Jalisco "El Ágora", que en 1999 cambió su nombre a "José Luis Martínez" en la búsqueda de darle un giro, como el que se le dio a la Octavio Paz. En 2000 se inauguró una librería en las instalaciones del IPN Zacatenco en la CDMX. Otro ejemplo de la voluntad de acercar libros a los jóvenes universitarios.

En general, todas las librerías, incluso las que fueron abiertas después de la década aquí estudiada, tienen nombres de los escritores más influyentes y/o colaboradores que se volvieron amigos del Fondo. Hay una librería del FCE en Colima,

Foto de Alexander Grey: https://www.pexels.com/es-es/foto/foto-de-enfoque-selectivo-de-una-pila-de-libros-de-titulos-variados-1148399/

cuya apertura data de 2011, bajo el nombre "Miguel de la Madrid Hurtado". Lo cual puede hablar de un aprecio por quien fue director general de la editorial estatal más prestigiosa de Iberoamérica, y aunque esto pueda no ser del todo cierto (ya sabemos que es común que los recintos sean bautizados con nombres de expresidentes por mero gusto del interfecto), es un dato relevante del legado que dejó De la Madrid para el Fondo.

Conclusión

Mediante estos establecimientos se pretendía difundir y poner al alcance del público en general tanto la producción de la propia casa editorial como una selección de títulos de otros editores cuya temática se orientara a los aspectos culturales y científicos universales. Es en estos lugares donde el libro, como objeto simbólico, adquiere su carácter de mercancía y donde la producción se vuelve industrializada. Además de ser el espacio vivo donde lo libros son la imagen del Fondo de Cultura Económica, gracias a las vitrinas y mesas temáticas.

Hasta aquí es evidente que los proyectos e impulsos que se le dieron al FCE, tanto a casa matriz como a sus subsidiarias, revelan que el nombramiento de De la Madrid fue una muestra de una estrategia de diplomacia cultural. Además, la industria editorial del Fondo en la historia de México fue fuente imprescindible en la divulgación

Foto de Andre Moura: https://www.pexels.com/es-es/foto/cuatro-discos-y-tres-cintas-de-casete-2559666/

de conocimiento, pensamiento, cultura e ideología, dado que las publicaciones, las actividades culturales y las librerías fueron un medio atinado para evidenciar la práctica de la diplomacia cultural. En otras palabras, mediante la política interna de divulgación de cultura, traducciones y publicaciones, se cumplió con la política exterior sin hacer uso de la coerción, lo cual obedece a los recursos del poder suave, según Joseph Nye.

Por tanto, no fue casualidad que el presidente que inició con el cambio de política económica del periodo revolucionario nacionalista se convirtiera en director de la casa editorial más importante de México e Iberoamérica, ni tampoco que la editorial no se privatizara a pesar de que muchas empresas nacionales sí sufrieron este cambio. El presidente y el director del Fondo necesitaban abrirse camino en el mundo de la mano de la cultura, por eso no soltaron a dicha institución estatal.

Aquello acontecido en el FCE entre 1990 y 2000 son ejemplos claros que aportan tanto a la historia de la política exterior como a la de la industria editorial. Ejemplos que demuestran cómo la cultura abre el diálogo a nivel internacional y consolida la identidad nacional, propiciando una sociedad global más tolerante y unida.

Con estas líneas exhorto a seguir teorizando la diplomacia cultural, a integrarla en los planes de estudio para que en unos años no solo no falte como tema de especialización, sino que podamos tener un país con diplomáticos culturales cuyas funciones puedan incluso ser diferenciadas de las de los agregados culturales y los secretarios de cultura. Diplomáticos culturales para cada uno de los rubros de la cultura, desde los libros hasta la danza pasando por la música y el cine. De tal suerte que sus funciones y objetivos estén tan claros que la imagen de México vista por las miradas extranjeras vaya más allá de las pinturas de Frida Kahlo o del mariachi. Porque la producción cultural de México, lo sabemos, va más allá de esos dos símbolos que no por ser populares dejan de ser representativos.

Así, pues, las actividades de diplomacia cultural aquí enunciadas son una muestra de las acciones que, de buena voluntad, se realizaron para promover la cultura escrita y, a la vez, ilustrar una nueva imagen del Fondo que no se acotara a las portadas y los contenidos editoriales, sino que adquiriera una voz rotunda y constante, capaz de superar los límites geográficos que dibujan a Latinoamérica.

Fuentes

ABC. (1992). Salinas de Gortari y Mayor Zaragoza presentan en Madrid la iniciativa cultural 'Periolibros'. ABC y los principales diarios iberoamericanos, elegidos para el proyecto. ABC. p. 45. Citado en Fondo de Cultura Económica. (s.f.). Periolibros. El libro se viste de diario Primer informe anual de Periolibros. México: FCE-UNESCO.

Aguilar Sosa, Y. (2019, 31 de julio). Por falta de dinero, el FCE no irá a Fráncfort [en línea]. El Universal. Recuperado el 14 de mayo de 2021 de https://www.eluniversal.com.mx/cultura/por-falta-de-dinero-FCE-no-va-francfort-mexico-tiene-poco-que-ofrecer-taibo-ii

Azuela, A. (1991). Responde Azteca a los nuevos caminos de divulgación editorial. Azteca. Boletín Bibliográfico Internacional, (2)15, p. 7.

Cerlalc. (s.f). ¿Quiénes somos? [en línea]. Cerlalc. Recuperado el 14 de mayo de 2021 de https://cerlalc.org/nosotros/quienes-somos/

De la Madrid Hurtado, M. (1990a). Cultura y soberanía nacional. La Gaceta del Fondo de Cultura Económica, 230, p. 59.

---------- (1990b). Cultura y soberanía nacional. Azteca. Boletín Bibliográfico Internacional, (1) 1, p. 1.

---------- (1993). México, Estados Unidos y Canadá. Culturas plurales e identidades nacionales. Reflexiones en torno a identidad y cultura. Azteca. Boletín Bibliográfico Internacional, (3) 35, pp. 19-23.

---------- (1994). Presentación. En El catálogo histórico 1934-1994 del Fondo de Cultura Económica (pp. 7-12). México: Fondo de Cultura Económica,

Díaz Arciniega, V. (1996). Historia de la casa. Fondo de Cultura Económica (1934-1996), México: Fondo de Cultura Económica.

Dos Santos Piúba, F. (2012). Las ferias del libro: espacios de educación, cultura, economía y ciudadanía. En Las ferias del libro. Manual para expositores y visitantes profesionales (pp. 45-54). Colombia: Cerlalc-UNESCO.

Fondo de Cultura Económica. (s.f.). Periolibros. El libro se viste de diario Primer informe anual de Periolibros. México: FCE-UNESCO.

---------- (1994). Memoria de gestión del periodo comprendido de diciembre de 1988 a agosto de 1994. México: Fondo de Cultura Económica.

---------- (1996). Reunión anual sobre la operación internacional. Gerentes de subsidiarias y funcionarios de Casa Matriz. México: Fondo de Cultura Económica.

---------- (2000). Memoria editorial 1990-2000, México: Fondo de Cultura Económica.

---------- (2001). Presentación. En Colección Fideicomiso Historia de las Américas. Catálogo 2001, México: Fondo de Cultura Económica.
---------- (2002) Manual de organización, políticas y procedimientos de librerías (31/03/1998). En Manuales administrativos (pp. 1-46). México: Fondo de Cultura Económica.
Goldin, Daniel, (2016). La afirmación del azar lo convierte en necesidad. El proyecto de obras para niños y jóvenes del FCE 25 años después. La Gaceta, 550, pp. 6-7.
Herrero de Consiglio, M. (2012). La negociación de derechos en el ámbito latinoamericano. En Las ferias del libro. Manual para expositores y visitantes profesionales (pp. 91-121). Colombia: Cerlalc-UNESCO.
Murillo Cruz, H. (1991) Imprimirá el FCE más de un millón y medio de libros en 1991. Azteca. Boletín Bibliográfico Internacional, (2)15, p. 5.
Nye Jr., J. (2016). En El poder suave. La clave del éxito en la política internacional. México: Universidad Iberoamericana.
Osorio Altuzar, F. (1990). Diplomacia cultural. Azteca. Boletín Bibliográfico Internacional, (1)4, p. 6.
Poder Ejecutivo Federal. (1989). Plan Nacional de Desarrollo 1989-1994. Diario Oficial de la Federación, pp. 7-78.
---------- (1995). Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000. Diario Oficial de la Federación, pp. 4-96.
Rodríguez Barba, F. (2015). Diplomacia cultural. ¿Qué es y qué no es?. Espacios públicos, 18(43), 33-49.
Saddiki, S. (2009). El papel de la diplomacia cultural en las relaciones internacionales. Revista CIDOB d'Afers Internacionals, 88, 107-118.
Salinas de Gortari, C. (1990). La cultura como factor de progreso. La Gaceta del Fondo de Cultura Económica, 230, p. 57.
---------- (1993). Quinto informe de gobierno. Presidencia de la República, México: Centro de Documentación-Dirección de Publicaciones, pp. 3-77.
Torres Cadena, M. (2012). Las ferias del libro y el derecho de autor. En Las ferias del libro. Manual para expositores y visitantes profesionales (pp. 55-59). Colombia: Cerlalc-UNESCO.
Uribe Schroeder, R. (2012). Origen de las ferias del libro. En Las ferias del libro. Manual para expositores y visitantes profesionales (pp. 21-31). Colombia: Cerlalc-UNESCO.

Villanueva Rivas, C. (noviembre 2008-febrero 2009). Introducción. Imagen país y política exterior de México. Revista Mexicana de Política Exterior, 85, 13-43.
---------- (2015). La nueva diplomacia cultural para México: theoría, praxis y techné [sic]. En Una nueva diplomacia cultural para México. México: Universidad Iberoamericana.
Zaid, G. (1996). Los demasiados libros. México: Océano.
Zapata López, F. (2012). Las ferias del libro. Manual para expositores y visitantes profesionales (pp. 11-13). Colombia: Cerlalc-UNESCO.

Symbolos. Revista digital multidisciplinaria es una publicación semestral de la División del Sistema de Universidad Abierta y Educación a Distancia (SUAyED), de la Facultad de Estudios Superiores Acatlán, de la UNAM, que se difunde en formatos multimedia: contenidos interactivos en la página web, pdf descargable, podcast y clips de video.

Symbolos. Revista digital multidisciplinaria es resultado del trabajo colaborativo y los artículos publicados han sido sometidos a un proceso de dictaminación a doble ciego y aprobados por el Comité Editorial Interno del SUAyED.

El contenido de los artículos, así como los comentarios que generan, es responsabilidad exclusiva de los autores y no representan la opinión ni el punto de vista del Comité Editorial, de la División SUAyED ni de la Facultad de Estudios Superiores Acatlán.

Se autoriza la reproducción parcial de los textos siempre y cuando se cite la fuente original.

Las imágenes aparecidas están sujetas a los derechos de sus autores y fueron tomadas de bancos de imágenes de libre acceso.

ISSN: en trámite.

Sitio oficial de *Symbolos. Revista digital multidisciplinaria*:

www.suayed.acatlan.mx/symbolos/index.html