

Firme. La Biblioteca Americana, concebida en el Fondo de Cultura Económica y diseñada por Pedro Henríquez Ureña, pretendía reunir en un solo acervo a los «clásicos americanos de todos los tiempos, de todos los países, de todos los géneros y a los libros sobre nuestra América de autores extranjeros». El plan resultaba ambicioso, pero era la única manera de convocar sensibilidades e inteligencia dispersas en el continente con el fin de rescatar a los clásicos de cada uno y difundirlos entre todos.

Si el vínculo intelectual que se esperaba mediante las dos colecciones se frustró (los cuarenta no fueron propicios para este tipo de autorreconocimiento y de redescubrimiento), no ocurrió lo mismo con la circulación comercial del resto del catálogo. Según varios testimonios y documentos, los libros de economía, sociología, historia, derecho y política publicados por el FCE contaban con un mercado rentable en la sucursal de Buenos Aires, desde donde se redistribuían hacia otras plazas de la región. Su catálogo dedicado a las ciencias sociales no tenía competencia significativa; sus autores, esencialmente europeos y estadounidenses, contaban con prestigio; y los temas, clásicos y de actualidad, eran lo suficientemente atractivos para estimular en los lectores su acercamiento a la editorial. En efecto, los resultados obtenidos a través de la comercialización fueron favorables para la editorial y los lectores. Para el FCE, porque incrementó su mercado, proyectó a nivel continental una imagen cultural de México distinta a la que promovían medios como el cine, y consolidó el lazo —delgado y frágil, es cierto— entre un reducido y talentoso grupo de intelectuales preocupados por hacer una labor cultural conjunta. Para los lectores, porque tuvieron acceso a una serie de obras y autores que entonces no se publicaban en ninguna otra parte y, sobre todo —y esto se deberá subrayar—, porque tuvieron acceso a una noción de cultura universal en la que se formulaban problemas que atañen al hombre, independientemente de su historia y geografía. En otros términos, el Fondo de Cultura Económica rompió las barreras invisibles de las naciones, puso a prueba los prestigios municipales al confrontarlos con la dimensión continental y socavó la vigencia de los nacionalismos endogámicos.

En función de la historia del Fondo de Cultura Económica y sin perder de vista el escenario referido, a lo largo de los años cincuenta la editorial encontró un correlato afín en el suplemento cultural periodístico dirigido por Fernando Benítez y, sobre todo, en la *Revista de la Universidad de México*, entonces dirigida por Jaime García Terrés, como los dos órganos de difusión cultural mexicanos más sobresalientes de entonces. Entre ambos medios se llegó a integrar una numerosa lista de colaboradores procedentes de todas las latitudes del orbe, ocupada en una amplia variedad de temas. Pero lo cuantitativo viene a ser un asunto menor ante lo

cuantitativo; Benítez y García Terrés encabezaron una visión y conducta hacia el *ser cultural* fundamental: se comenzó a valorar como el sostén más sólido y el hilo conductor más flexible que podía y debía tener una sociedad, más si ésta pretendía ser civil y contemporánea a su propia hora y estar hermanada con el pensamiento de Occidente. Desde el suplemento periodístico y la *Revista de la Universidad* se propuso una valoración crítica —en el sentido de criterio— de México y el mundo, en sus aspectos sociales, políticos, científicos, artísticos y —para usar el concepto englobador— culturales, con lo que al concepto se le comenzó a despojar de la extendida y todavía entonces penosa distinción ornamental.

Junto a esto hay otra circunstancia que no se puede pasar por alto, sobre todo porque no se reduce a una simple coincidencia, sino a una cualidad de la hora mundial: hacia 1948 la resaca de la posguerra en Europa y los Estados Unidos no sólo llegaba a las costas hispanoamericanas, sino que entre las élites ilustradas pronto se incorporó y asimiló a la dinámica natural de nuestros países, más cuando para entonces muchos de ellos padecían regímenes militares que impedían el libre desarrollo de la inteligencia, la sensibilidad y la creatividad. Un ejemplo fue la presencia del ex presidente de Venezuela, el novelista Rómulo Gallegos, quien con otros venezolanos (a los que se sumaron algunos peruanos) durante su exilio en México estuvieron muy cerca del FCE. Los frecuentes y amistosos encuentros entre Orfila, los miembros de la Junta, el ex presidente venezolano y sus colaboradores y algunos amigos más fructificaron en el intercambio de opiniones y mejor conocimiento de los problemas del continente.

Se podría decir que el FCE, de 1950 en adelante, impulsó una dimensión ecuménica para la creación literaria y la reflexión crítica mexicanas. Sin visiones estrechas ni rígidas, con igual entusiasmo, dio cabida en *Letras Mexicanas* a Juan José Arreola, Juan Rulfo y Francisco Rojas González y en *Vida y Pensamiento de México* a Fernando Benítez y Mauricio Magdaleno. Lo que se buscaba era el fortalecimiento de una visión de la realidad mexicana nueva y, al mismo tiempo, continuadora de la tradición propia. Simultáneamente, la editorial estimulaba el rescate y difusión de un pasado inmediato donde los mexicanos se podrían reconocer y autovalorar, como ilustra el arranque del complejo proyecto editorial de las *Obras completas* de Alfonso Reyes y las compilaciones y estudios de Isidro Fabela y Manuel González Ramírez. En otros términos, el FCE fomentaba una creación y reflexión críticas en el sentido de renovadoras de la tradición dentro de una dimensión universal.

Esto ocurre durante los años que Arnaldo Orfila ocupa la dirección del FCE (desde agosto de 1948 —como interino—, en 1952 —en forma definitiva— hasta noviembre de 1965). También concurre con un México que

comenzaba una fuerte transformación encaminada a la creación y fortalecimiento de la infraestructura industrial y la superestructura cultural. Sí, es cierto, estos esquemáticos conceptos provienen de la literatura marxista, que entonces y durante muchos años más fueron moneda corriente: el FCE fue la editorial que comenzó a hacer circular profusamente esos y otros muchos conceptos de la literatura económica: Marshall, Smith, Keynes y tantos más.

Los años que corren entre septiembre de 1954, año en que se inaugura el edificio de la Casa Matriz, y en noviembre de 1965, año en que se dicta desde las altas esferas del poder gubernamental la destitución del director Orfila, son particularmente ricos y complejos en cuanto a mostrar todo el proceso de modernización de la editorial regido por un esquema de producción, promoción y distribución correspondiente a las normas de competencia mercantil y sujeto al proyecto cultural original, pero razones de espacio obligan a una sucinta descripción:

1) Durante estos años se reajustan las colecciones editoriales existentes y se crean nuevas: Letras Mexicanas, Vida y Pensamiento de México, Psicología y Psicoanálisis, Antropología y Colección Popular; se establecen contratos de coedición con instituciones educativas, de investigación e, incluso, con gobiernos extranjeros a través de sus respectivas embajadas, y se recupera el órgano de difusión institucional *Noticiero Bibliográfico* (1948-1954, segunda época), que pronto se transforma en *La Gaceta* (1954-1965, primera época). Estas innovaciones fueron resultado natural de las necesidades de una sociedad emergente tanto como de la cristalización de un proyecto cultural cuyos horizontes ecuménicos así lo exigían.

2) El novelista español exiliado Manuel Andújar creó y puso en marcha —en 1954— el Departamento de Promoción y Publicidad, cuyas tareas iban más allá de lo que el concepto encierra; de hecho, los principios políticos de Orfila y Andújar confluyeron en una serie de convicciones culturales que el novelista buscaba hacer concurrir en una «reconversión de mentalidades» (Andújar) o, con una explicación de Orfila menos técnica:

No queremos conquistar lectores a costa de una vulgarización de la cultura. Es muy fácil distribuir y vender millares de libros con crónicas policiacas, con literatura insignificante y vulgar. Queremos realizar a la vez una obra cultural, y que llegue al mayor número de personas.

Esto último tenía en Andújar el rasgo inusual, al tiempo de mostrar la meta buscada, de promover una empresa cultural a través de una casa editorial. En otras palabras, el jefe del Departamento de Promoción y Ventas impartía cursos de capacitación a los vendedores; buscaba convencerlos —con miras a «crearles» la «convicción»— de que el FCE era una