

Para leer por placer: textos literarios adaptados al cine mexicano. Estrategia de mercadotecnia

Biblioteca Universitaria, vol. 22, núm 1, enero-junio 2019, pp. 54-69.
DOI: <https://doi.org/10.22201/dgb.0187750xp.2019.1.193>

Palabras Clave:

Estrategia, lectores, literatura, cine, mexicano, mercadotecnia.

LUIS ARTURO MÉNDEZ REYES*

* Técnico académico Titular C de T.C. en la Biblioteca “Guillermo Haro Barraza” en el Plantel Oriente del Colegio de Ciencias y Humanidades de la UNAM y Profesor de Administración en la misma institución. Av. Canal de San Juan, Agrícola Oriental, 09208 Ciudad de México, CDMX. Correo electrónico: mrla@unam.mx

“El libro. Lo compré hace quince años. Pospuse la lectura para un momento que no llegó jamás. Moriré sin haberlo leído. Y en sus páginas estaban el secreto y la clave.” José Emilio Pacheco Citado por Actis, 2003: 101

“Por el grosor del polvo de los libros de una biblioteca pública puede medirse la cultura de un pueblo.” John Steinbeck

RESUMEN

En este ensayo se presenta una estrategia de mercadotecnia para atraer lectores (por placer, no por obligación) a las bibliotecas de la UNAM en general, y en particular para la “Guillermo Haro” del Plantel Oriente del CCH. La estrategia consiste en señalar los atributos de la colección de 50 textos literarios para tornarlos objeto del deseo de los alumnos: retomamos conceptos fundamentales de mercadotecnia para mejorar su publicidad. La característica sobresaliente de los textos es que todos son base argumental de películas mexicanas, lo cual, metafóricamente hablando, es como leer dos veces un texto; además, han obtenido premios nacionales e internacionales de literatura; algunos han sido traducidos a otros idiomas; otros son considerados como las obras mexicanas más significativas del siglo XX; otros más, han sido censurados y muchas películas cuyo guion se derivó de un texto han obtenido un galardón cinematográfico. También se exaltan los atributos literarios, principalmente el estilo y la estructura narrativa, y se vinculan con los conceptos análogos del marketing.

Proemio

En este ensayo exponemos un plan novedoso para atraer lectores por placer a las bibliotecas de la UNAM, en particular alumnos de bachillerato. Se trata de una estrategia de mercadotecnia para difundir 50 textos literarios que han sido base de prolíficas adaptaciones cinematográficas. Buscamos la complicidad del cine para la lectura de literatura, porque es como leer dos veces el texto pero con muchos más elementos que despiertan los sentidos del cuerpo humano (escenografía, actuación, vestuario, música, paisaje, etcétera).

Surge de la necesidad de ampliar la comarca de lectores, de atraer nuevos usuarios, porque hasta hoy en algunas bibliotecas universitarias sólo se satisfacen las necesidades bibliográficas de alumnos “cautivos”. Es resultado de un arduo proceso de investigación sobre los atributos literarios y las características cinematográficas.

En la primera parte exponemos la concepción metodológica del texto, es decir, objetivos, planteamiento del problema, definición de los 50 títulos de la colección que difundiremos y a quiénes va dirigida.

En la segunda parte presentaremos la estrategia de mercadotecnia para difundir los atributos literarios de la colección y las características de las adaptaciones cinematográficas derivadas.

Por otro lado, es necesario advertir que los artículos impresos de la revista *Biblioteca Universitaria* están destinados primordialmente a trabajadores de las bibliotecas, pero confiamos en que ellos sean las correas de transmisión para llegar a los usuarios del mercado meta. Hoy, merced al acceso remoto, los alumnos de la UNAM también podrán consultarlo por la vía digital en el portal de Revistas.

Primera parte. Concepción metodológica

- Objetivos
- Ampliar el círculo de usuarios que acuden a la Biblioteca “Guillermo Haro”, pero no se llevan libros a su domicilio: constituyen 90% de los asistentes diarios.
- Crear comarcas de lectores por placer en las bibliotecas de la UNAM.
- Dar a conocer la colección de 50 textos literarios llevados al cine mexicano para que se vuelvan objeto del deseo lector.
- Destacar los atributos literarios de la colección, tales como calidad, características, diseño (estructura) y forma (estilo).
- Destacar las características cinematográficas de las adaptaciones literarias de la colección.
- Divulgar una estrategia de mercadotecnia para que los bibliotecarios tengan puntos de referencia en la formación y difusión de diversas colecciones bibliográficas.

Planteamiento del problema

Las bibliotecas del bachillerato tienen un gran acierto: trabajar arduamente para satisfacer la mayoría de las bibliografías solicitadas por los alumnos. Se colabora eficientemente en la satisfacción de los fines instrumentales de la lectura como acreditar asignaturas, aprender técnicas o procedimientos, etcétera. Pero más allá de ese *mercado cautivo* de lectores, hay un déficit de promoción de lectura voluntaria, liberadora, aquella que satisface necesidades emocionales, críticas y culturales. No hemos ofrecido opciones a la lectura por placer. Los libros de corte hedónico adolecen de publicidad en los recintos bibliotecarios. Juan Domingo Argüelles da cuenta de la escasez de lectura placentera:

“Los lectores no se fabrican en serie. La lectura es un enorme fracaso en la escuela y la universidad porque hemos hecho obligación del placer. La lectura es otra cosa: no adorar los libros por ser libros (papeles pintados), sino porque son provocadores de todos nuestros sentidos. El libro y la lectura

*adquieren sentido cuando suscitan reflexiones, dudas, inquietudes, subversiones, gozo y desdicha, euforia o melancolía en quien lo lee. Porque al leer, nos leemos y adquirimos más conciencia de lo que somos; al leer, pensamos y sentimos lo que ya hacemos, de todos modos, sin libros.”*¹

Debemos revertir ese déficit y crear lectores con medios convincentes, que lleguen al corazón de los estudiantes. Para armar un plan de ensoñación por la lectura placentera es pertinente traer un marco transdisciplinar de análisis: la mercadotecnia. Desde un principio este marco analítico revela tres principios básicos de publicidad: informar, persuadir y recordar. Es decir, divulgar los textos, señalar sus dones literarios y convertirlos en símbolos de lectura. Convencer a los estudiantes de que los libros son algo viviente, útil para existir. Giorgio Brunetti agranda esta visión:

*“Un libro puede ser un objeto de estudio, de trabajo, de diversión, de regalo, de auto gratificación, un símbolo de pertenencia a un grupo, de escalamiento social, de estatus. Como muchos productos, posee la duplicidad de Jano, la utilidad racional y la emocional, pero responde más que otros a las necesidades de la mente, de la memoria, de los sueños.”*²

Colección 50 textos literarios llevados a la pantalla grande (definición del producto)

La colección de 50 textos literarios se creó a partir de la valoración de su trascendencia en el ámbito literario y cultural de nuestro país. En mercadotecnia, al proceso de concebir al artículo que se promoverá se le llama *definición del producto* y se refiere a “...la combinación de bienes y servicios que la compañía ofrece al mercado meta.”³ En los cuadros 1 a 7 se mencionan todos títulos de la colección y las películas mexicanas derivadas, agrupados de acuerdo con una serie

de características y atributos que los harán objeto del deseo lector, a saber: en el cuadro 1 se exaltan diez y siete textos acreedores a sendos premios nacionales e internacionales de literatura; en el cuadro 2 se especifican seis textos considerados más significativos de la narrativa mexicana en el siglo XX; en el cuadro 3, nueve textos escritos por premios *Nobel*; en el cuadro 4, siete obras de la colección traducidas a diversos idiomas; en el cuadro 5, textos y películas censurados; en el cuadro 6, los diez y ocho premios *Ariel* otorgados a películas basadas en textos literarios; en el cuadro 7, las treinta y tres películas mexicanas adaptadas de alguna obra literaria, que son consideradas entre *Las 100 mejores películas del cine mexicano*.



Destinatario de la estrategia. Mercado meta. Comarca de lectores

¿Quién estaría interesado en leer los textos de la colección? Evidentemente los usuarios “cautivos” de las bibliotecas no son los destinatarios de esta estrategia, pues constituyen la décima parte de los alumnos que entran diariamente a la biblioteca del plantel oriente. La mira está puesta en el 90% de los que asisten pero no solicitan a domicilio libro alguno. En los días hábiles de enero de 2017 entraron a la biblioteca del plantel oriente 71 580 alumnos; de ese total, tan sólo 7 355, es decir 10.2 %, se llevaron un libro a su hogar, lo cual los constituye en usuarios “cautivos” (Página WEB CCH Oriente y estadísticas internas de servicios). Esto significa que la mayoría de los asistentes a la biblioteca tal vez no tienen certeza de las causas de su concurrencia a ese recinto. En *marketing*, al hecho de saber

1 ARGÜELLES, Juan Domingo. *Si quieres... lee. Contra la obligación de leer y otras utopías lectoras*. España: Fórcola, 2009. p. 25-30.
2 BRUNETTI, Giorgio, et al. *La librería como negocio. Economía y Administración*. México: FCE, 2005. p. 56.
3 KOTLER, Philip y AMSTRONG Gary. *Marketing*. México: Pearson, 2012. p. 51.

a quiénes puede cautivar un bien se denomina *mercado meta*, el cual se define como: “Conjunto de compradores que comparten necesidades o características comunes, a quienes la compañía decide atender”.⁴ Si una característica de la pubertad es adolecer de respuestas a ciertos pesares, inquietudes intelectuales y emocionales, entonces en las bibliotecas debemos tener un plan para darles señales: en las lecturas y películas de esta colección los jóvenes pueden encontrar revelaciones alentadoras, porque como bien dice José Emilio Pacheco: “En un libro está el secreto y la clave”. En la conquista del *mercado meta* el personal bibliotecario es fundamental: son el principal canal para invitar a los alumnos a formar la comarca de lectores por placer. Entonces, este texto también está dirigido a los prestadores del servicio bibliotecario.

Segunda Parte. Estrategia de mercadotecnia para difundir la colección de textos literarios

En la siguiente parte expondremos cómo la conceptualización retomada de la mercadotecnia es básica para difundir la colección. En primer lugar veremos sus cuatro atributos: *calidad, características, diseño y estilo*; en seguida, cómo hacer de la colección un símbolo de lectura, es decir, la creación de la marca.

Atributos de la colección (desarrollo del producto)

Para resaltar las cualidades de los textos de la colección, que los usuarios no cautivos de la biblioteca deben conocer y estar en condiciones de tornarlos símbolos de lectura, el punto de partida es el concepto *desarrollo de producto*. Se define así: “El desarrollo de un producto o servicio implica definir los beneficios que ofrecerá. Estos beneficios se comunican y se entregan a través de los atributos del producto como calidad, características, estilo y diseño.”⁵ A continuación se definen esas cuatro propiedades de las obras literarias.

1. Calidad de los textos de la colección

El primer elemento sobresaliente para atraer lectores es exaltar la calidad de la colección. Los textos que la conforman son joyas literarias: rayan en la perfección narrativa, no tienen defectos, tienen estilos y temáticas deliciosas. La calidad de los textos es un factor detonante de la lectura por placer, puede despertar la curiosidad entre los *lectores meta*. En la disciplina de la mercadotecnia, “... la calidad del producto se refiere a la calidad de conformidad, es decir que esté libre de defectos y que brinde un nivel específico de desempeño de manera consistente (...) La *American Society for Quality* define la calidad como las características de un producto o servicio que sustentan su capacidad para satisfacer las necesidades explícitas o implícitas del cliente”.⁶ Los textos literarios de la colección poseen al menos cinco pruebas fehacientes de calidad:

Primera prueba: la conforman textos premiados en el ámbito nacional e internacional

De los 50 textos de la colección, 34% fueron elegidos entre cientos para ser galardonados en el ámbito nacional o internacional (en el cuadro 1 se mencionan las 17 obras premiadas). A guisa de ejemplo, la novela *Muro Blanco en Roca Negra* de Miguel Álvarez fue seleccionada entre 40 obras concursantes en el premio “El Nacional” de 1951. Ese diario otorgaba el premio anualmente por exaltar los valores de México, Centroamérica y las Antillas. El jurado estuvo presidido por Francisco González Guerrero, José María González de Mendoza, Agustín Yáñez y Salvador Calvillo Madrigal.

En esta colección los lectores encontrarán dos obras formidables del escritor mexicano Jesús Goytortúa, que obtuvieron premios literarios: por un lado, el denominado “Ciudad de México” en 1947, por la novela *Lluvia Roja* (por cierto, censurada por referirse a la sublevación de Adolfo de la Huerta contra Álvaro Obregón hacia finales de 1923); por otro lado, el Premio “Lanz Duret” 1944, otorgado por el periódico *El Universal* a la novela *Pensativa*, cuya adaptación cinematográfica “Sucedió en Jalisco” también fue censurada, como veremos adelante. En el plano internacional sobresalen los autores Álvaro Uribe, Paco Ignacio Taibo II, Jorge Ibarguengoitia y Ricardo Garibay.

4 *Ibid*, glosario G6.

5 *Ibid*

6 *Ibid*

Cuadro 1. Textos literarios acreedores a premios nacionales e internacionales de Literatura

Obra literaria	Autor (a)	Galardón	Película Derivada
Muro blanco en roca negra	Miguel Álvarez Acosta	Premio <i>El Nacional</i> 1951	El río y la muerte
Pensativa	Jesús Goytortúa	Premio <i>Lanz Duret</i> 1944	Sucedió en Jalisco
Diosero	Francisco Rojas González	Premio Nacional de Literatura Mexicana 1944	Raíces
Lluvia roja	Jesús Goytortúa	Premio Ciudad de México 1947	Lluvia roja
La sombra del caudillo	Martín Luis Guzmán	Premio Nacional de Literatura Mexicana 1929	La sombra del caudillo
La escondida	Miguel Lira N.	Premio <i>Lanz Duret</i> 1947	La escondida
La mayordomía	Rogelio Barriga Rivas	Premio <i>Lanz Duret</i> 1951	Ánimas Trujano
Las grandes aguas	Luis Spota	Premio <i>Quetzalcóatl</i> 1954	Las grandes aguas
Pedro Páramo	Juan Rulfo	Premio <i>Xavier Villaurrutia</i> 1955	Pedro Páramo
Balúm Canan	Rosario Castellanos	Premio Chiapas 1958	Balúm Canan
Los recuerdos del porvenir	Elena Garro	Premio <i>Xavier Villaurrutia</i> 1963	Los recuerdos del porvenir
Los albañiles	Vicente Leñero	Biblioteca Breve de Novela Seix Barral 1973	Los albañiles
La casa que arde de noche	Ricardo Garibay	Mejor libro extranjero publicado en Francia 1975	La casa que arde de noche
Estas ruinas que ves	Jorge Ibarguengoitia	Premio Internacional de Novela México 1975	Estas ruinas que ves
Otilia Rauda	Sergio Galindo	Premio <i>Xavier Villaurrutia</i> 1986	Otilia Rauda
Cosa fácil	Paco Ignacio Taibo II	Premio Mejor Novela en París Francia 1994	Cosa fácil
El expediente del atentado	Álvaro Uribe	Premio Iberoamericano de Novela Elena Poniatowska 2007	El atentado

Fuente: Elaboración propia con base en datos de los textos y LIBRUNAM

Segunda prueba: seis son las obras más significativas de la literatura mexicana del siglo xx

En los albores del siglo XXI la revista *Proceso* y las editoriales UNAM y Grijalbo publicaron un extenso volumen denominado *México su apuesta por la cultura*, en el cual se sintetiza lo más significativo de la creación mexicana en el siglo anterior. Como parte de ese magno trabajo se incluyó la elección de quince obras más significativas de la literatura mexicana, de las cuales seis forman parte de la colección (ver cuadro 2). El jurado estuvo integrado por 52 destacados autores de literatura mexicana, algunos participantes son: Eugenio Aguirre, José Agustín, René Avilés Fabila, Rosa Beltrán, Oscar de la Borbolla, Carmen Boullosa, Salvador Elizondo, Luisa Josefina Hernández, Enrique Serna, Vicente Leñero, Carlos Fuentes, Augusto Monterroso, Paco Ignacio Taibo I y II, Fernando del Paso.

Cuadro 2. Textos más significativos de la literatura mexicana en el siglo xx

Obra literaria	Autor (a)	Menciones
Pedro Páramo	Juan Rulfo	42
La sombra del caudillo	Martín Luis Guzmán	24
El llano en llamas	Juan Rulfo	19
Recuerdos del porvenir	Elena Garro	15
Los de abajo	Mariano Azuela	12
Las batallas en el desierto	José Emilio Pacheco	5

Fuente: Revista Proceso, Edición conmemorativa, año 40, mayo de 2017, p. 36.

Tercera prueba: nueve están escritas por Premios Nobel de Literatura

La calidad de esta colección se eleva al comunicar que nueve textos han sido escritos por literatos acreedores a la más alta distinción de la literatura mundial: el *Premio nobel*. En el cuadro 3 se condensan los autores, obras escritas y películas derivadas. Es importante destacar el nombre de los directores de los filmes porque forman un binomio que potencializa la calidad de ambas producciones.

Cuadro 3. Textos de Premios Nobel y películas derivadas

Autor	Obra literaria	Película derivada	Director
Jacinto Benavente	La malquerida	La malquerida	Emilio Fernández
Albert Camus	Los justos	Bajo la metralla	Felipe Cazals
John Steinbeck	La perla	La perla	Emilio Fernández
Gabriel García Márquez	<ul style="list-style-type: none"> • En este pueblo no hay ladrones • El coronel no tiene quien le escriba 	<ul style="list-style-type: none"> • En este pueblo no hay ladrones • El coronel no tiene quien le escriba 	<ul style="list-style-type: none"> • Alberto Isaac • Arturo Ripstein
Octavio Paz	Diálogos y letras de canciones	El rebelde	Jaime Salvador
Naguib Mahfuz	<ul style="list-style-type: none"> • El callejón de los milagros • Principio y fin 	<ul style="list-style-type: none"> • El callejón de los milagros • Principio y fin 	<ul style="list-style-type: none"> • Jorge Fons • Arturo Ripstein
Mario Vargas Llosa	Los cachorros	Los cachorros	Jorge Fons

Fuente: Elaboración propia con base en datos de los textos y los filmes

Cuarta prueba: han sido traducidas a diversos idiomas

En esta colección hay siete obras que han trascendido las barreras del idioma español. *Pedro Páramo* de Juan Rulfo, considerada como la más representativa de la literatura mexicana y *Como agua para chocolate* de Laura Esquivel, se han traducido a poco más de 35 idiomas. En el cuadro 4 podemos observar el resto de las obras

traducidas. No podemos dejar de mencionar que otras obras trasladadas a distintos idiomas son *Farabuef* de Salvador Elizondo, *Edén, vida imaginaria* de Alejandro Rosi y *El laberinto de la soledad* de Octavio Paz, aunque no pertenecen a la colección.

Cuadro. 4. Obras traducidas a diversos idiomas

Obra literaria	Autor [a]	Idiomas Traducidos
Pedro Páramo	Juan Rulfo	Alrededor de 35, tales como: náhuatl, árabe, hebreo, alemán, japonés, hindú, chino...
Cómo agua para chocolate	Laura Esquivel	Alrededor de 35, tales como: inglés, francés, alemán, italiano...
Balúm Canan	Rosario Castellanos	Ocho: tojolobal, árabe, francés, alemán, danés, polaco, inglés, italiano
La barraca	Vicente Blasco Ibáñez	Varios idiomas europeos: francés, italiano, inglés, alemán...
Los de abajo	Mariano Azuela	Cuatro: hebreo, portugués, francés, italiano
La perla	John Steinbeck	Inglés, español
La rosa blanca	Bruno Traven	Inglés, español

Fuente: Elaboración propia, con base en datos de Fondo de Cultura Económica (FCE) publicados por Notimex, mayo 01 de 2015, en [www. Poblanerías.com.](http://www.Poblanerías.com), y (Blasco, 1999: 5) y (Esquivel, 2016:1)

Quinta prueba: subsistir ante la censura

A pesar de la censura, algunos textos de la colección han perdurado en la historia literaria. Pasaron otra prueba de calidad. El tratamiento iconoclasta de la temática laceró intereses de grupos de poder, no obstante lograron sobrevivir. *La Sombra del Caudillo* de Martín Luis Guzmán es el caso más emblemático de reprensión: no sólo se impidió la publicación de la primera edición, en 1929, sino también la adaptación cinematográfica del director Julio Bracho, de 1960. La opinión pública desconoce la censura de dos obras cumbre de Jesús Goytortúa Santos: *Lluvia Roja* y *Pensativa*. La primera, aun cuando ganó el “Premio Ciudad de México”, sólo se editó una sola vez: el tratamiento de la rebelión de Adolfo de la Huerta contra Alvaro Obregón incomodó a ciertos grupos de poder; además, el argumento de la película concomitante, de nombre homónimo, se refiere despectivamente a “levantamientos de alzados”, acaecidos en 1928 y no a una rebelión, en pleno proceso de sucesión presidencial. La temática de la obra *Pensativa*, no obstante obtener el galardón “Lanz Duret”, fue vetada en la adaptación cinematográfica de Raúl de Anda, denominada *Sucedió en Jalisco*; en ella no se retrata las atrocidades cometidas por los bandos contendientes durante la “Guerra cristera” (Iglesia-Estado), sino se contextualiza en la “Revolución mexicana”. En el cuadro 5 se presentan las obras censuradas.

Inexplicablemente, las novelas *Muro blanco en roca negra* de Miguel Álvarez Acosta y *La mayordomía* de Rodrigo Barriga, fueron editadas una sólo vez, aun cuando ganaron el “Premio El Nacional” (1951) y el Lanz Duret (1951), respectivamente: indagar las causas de la censura a estas dos obras las hace doblemente objeto del deseo lector. *El Crimen del padre Amaro* de Eca de Quieros, fue una novela denostada en Portugal, y en México censurada la proyección de la película homónima, del director Carlos Carrera. La novela y película *La*

Cuadro 5. Libros y películas censurados

Texto literario raro	Película censurada	Director	Temática
La sombra del caudillo	La sombra del caudillo	Julio Bracho	Sucesión presidencial 1924 y 1928
Lluvia roja	Lluvia roja	René Cardona	Sucesión presidencial 1924
La pensativa	Sucedió en Jalisco	Raúl de Anda	Crueldades Guerra Cristera
La rosa blanca	La rosa blanca	Roberto Gavaldón	Industria petrolera trasnacional
El crimen del padre Amaro	El crimen del padre Amaro	Carlos Carrera	Apostasías sacerdotales
La mayordomía	Ánimas Trujano	Ismael Rodríguez	Fiestas religiosas/ Oaxaca
Muro blanco en roca negra	El río y la muerte	Luis Buñuel	Costumbrismo mexicano

Fuente: elaboración propia con base en los libros y películas y MAGDALENO C., Ma. De los Ángeles y TOVAR, LUIS.

rosa blanca, también fueron censuradas por narrar los atropellos de las industrias petroleras antes de la expropiación en 1937. En la fotografía que se incluye integramos la portada de la Revista del Centro Universitario de Estudios Cinematográficos de la UNAM (CUEC) junto con los libros y películas proscritos. Se puede observar que la revista está rota, como metáfora de prohibición a las cintas cinematográficas.



2. Principal característica de los textos de la colección: adaptación al cine mexicano

Donde más agradecemos el auxilio de la mercadotecnia es en la confección del semblante de la colección. Con esta disciplina se evidencia que para atraer lectores es fundamental exaltar toda la genialidad de los textos, mostrar su trascendencia, encontrar todas sus propiedades. Mientras más peculiaridades se difundan de los textos, más posibilidades de encontrar *lectores meta* tendremos. En marketing, esta técnica forma parte del desarrollo de un bien y se le llama *características* del producto:

“Un producto puede ofrecerse con características variables (...) La empresa creará modelos de nivel más alto si agrega más características. Las características son una herramienta competitiva para diferenciar los productos de la empresa de los productos de los competidores. Una de las formas más eficaces de competir consiste en ser el primer productor en introducir una nueva característica necesaria y valorada”.⁷

⁷ *Ibid*

Encontramos que una característica medular de los textos de la colección es haber sido llevados a la pantalla grande. Al mirar una película es como si leyésemos dos veces el texto, pero con una interpretación adicional: imágenes, sonido, vestuario, actuación, música, etcétera. Después de esto el horizonte es más amplio, nos permite potenciar el conocimiento de la vida cotidiana de nuestro país, los valores y anti-valores, costumbres, formas de hablar... Como bien dice Lucila Hinojosa, el cine “representa un papel muy importante en la formación y promoción de la identidad cultural de cualquier país, además de constituir un motor de la economía mundial.”⁸ Recuérdese que durante algunos años de la llamada *Época de oro del cine mexicano* (1935-1958) la industria cinematográfica llegó a ser una de los negocios más jugosos en la economía nacional. El cinematógrafo Jean Epstein revela la importancia del cine:

“... crea relaciones nuevas entre las figuras del mundo, actúa como un genial aumentador de la realidad de las cosas. El cine se declara culpable de disolver la forma en movimiento, la permanencia en el devenir, culpable de dislocar el espacio, que ya no podía ser pensado como Euclidiano, culpable de acelerar, de ralentizar, de invertir el tiempo, de sacarlo de quicio, culpable de atentar contra la razón y privilegiar la fantasía, el sueño y una sentimentalidad intensa y directa...”⁹

Efectivamente, Jorge Fons lleva a terrenos espectaculares la magistral novela *El expediente del atentado*, en la cual Álvaro Uribe describe el frustrado intento de asesinato al General Porfirio Díaz, perpetrado por un alcohólico llamado *Arnulfo Arroyo*, el 16 de septiembre de 1897. La película, de nombre *El Atentado*, es una superproducción a todo color, producida por varias instituciones prestigiadas, reparto de primera línea, vestuario inigualable, escenografía dispendiosa. En esa tónica se inscriben los filmes de la colección; no en vano, muchas han obtenido algún reconocimiento en la cinematografía mexicana, a saber:

Películas sustentadas en obras literarias figuran en los premios Ariel

El premio *Ariel* es el máximo reconocimiento a las cintas brillantes que otorga cada año la Academia Mexicana de Artes y Ciencias Cinematográficas (AMACC); se confiere a la mejor película, mejores actores, directores, camarógrafos, editores y demás miembros que participan en la producción. Desde la fundación del certamen (1947) hasta la última versión 2017 se ha entregado en 59 ocasiones, de las cuales diez y ocho (30.5%) son adaptaciones literarias. De esta forma, textos y películas han adquirido mayor permanencia en la formación y difusión de la cultura mexicana. En el cuadro 6 presentamos las películas que ganaron el certamen.

Cuadro 6. Premios Ariel a películas basadas en textos literarios

Obra literaria	Autor (a)	Película derivada	Director	Año
La barraca	Vicente Blasco Ibáñez	La barraca	Roberto Galvón	1947
La perla	John Steinbeck	La perla	Emilio Fernández	1948
Aventuras de Robinson Crusoe	Daniel Defoe	Robinson Crusoe	Luis Buñuel	1956
México Insurgente	John Reed	Reed México Insurgente	Paul Leduc	1972
El lugar sin límites	José Donoso	Lugar sin límites	Arturo Ripstein	1978

8 HINOJOSA CÓRDOVA, Lucila. *El cine mexicano. De lo global a lo local*. México: Trillas, 2003. p. 5, 9.

9 EPSTEIN, Jean. *El cine del diablo*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Cactus, 2014. p. 13-27.

Lo de antes	Luis Spota	Cadena perpetua	Arturo Ripstein	1979
Diario del año de la peste	Daniel Defoe	El año de la peste	Felipe Cazals	1980
Las grandes aguas	Luis Spota	Las grandes aguas	Servando González	1981
El apóstol	Ricardo Flores Magón	Ora sí itenemos que ganar!	Raúl Kamffer	1982
Los justos	Albert Camus	Bajo la metralla	Felipe Cazals	1984
El gallo de oro	Juan Rulfo	El imperio de la fortuna	Arturo Ripstein	1987
Las batallas en el desierto	José Emilio Pacheco	Mariana Mariana	Alberto Isaac	1988
Como agua para chocolate	Laura Esquivel	Como agua para chocolate	Alfonso Arau	1992
Principio y fin	Naguib, Mahfauz	Principio y fin	Arturo Ripstein	1994
El callejón de los milagros	Naguib, Mahfauz	El callejón de los milagros	Jorge Fons	1995
El crimen del padre Amaro	Eca de Queiros	El crimen del padre Amaro	Carlos Carrera	2003
Bajo el volcán	Malcon Lowry	Mezcal	Ignacio Ortiz	2006
Las elegidas	Jorge Volpi	Las elegidas	David Pablos	2016

Películas sustentadas en textos literarios entre las 100 mejores de la historia del cine mexicano

Del mismo modo, 33 adaptaciones cinematográficas están consideradas entre las 100 mejores del cine mexicano. En el cuadro 7 registramos las películas que obtuvieron ese reconocimiento; constituyen el 66% de los 50 textos literarios de la colección.

Cuadro 7. Películas basadas en textos literarios, entre las 100 mejores de la historia

Obra literaria	Autor (a)	Película derivada	Director	Lugar
Vámonos con Pancho Villa	Rafael F. Muñoz	Vámonos con Pancho Villa	Fernando de Fuentes	1
Nazarín	Benito Pérez Galdós	Nazarín	Luis Buñuel	6
Él	Mercedes Pinto	Él	Luis Buñuel	7
Le port y Natacha	Guy de Maupasant y León Tolstoi	La mujer del puerto	Arcady Boytler	8
El lugar sin límites	Roberto Donoso	El lugar sin límites	Arturo Ripstein	9
Lo de antes	Luis Spota	Cadena perpetua	Arturo Ripstein	17
El misterio de Islingtong	Arthur Machen	Esqueleto de la señora Morales	Rogelio A. González	19
La vida conyugal. Cara y cruz	Max Aub	Distinto amanecer	Julio Bracho	22

La otra	Rian James	La otra	Roberto Gavaldón	25
México Insurgente	John Reed	Reed, México Insurgente	Paul Leduc	26
Doña perfecta	Benito Pérez Galdós	Doña perfecta	Alejandro Galindo	29
Sucedió ayer	Fernando Robles	Flor Silvestre	Emilio Fernández	30
La sombra del caudillo	Martín Luis Guzmán	La sombra del caudillo	Julio Bracho	32
La barraca	Vicente Blasco Ibañez	La barraca	Roberto Gavaldón	36
La diosa arrodillada	Ladislao Fodor	La diosa arrodillada	Roberto Gavaldón	39
“Diles que no me maten”, “Talpa” y Pedro Páramo	Juan Rulfo	Los confines	Mitil Valdés	40
El gallo de oro	Juan Rulfo	El gallo de oro	Roberto Gavaldón	41
Danzón (Guion)	María y Beatriz No- varo	Danzón	María Novaro	45
Ensayo de un crimen	Rodolfo Usigli	Ensayo de un crimen	Luis Buñuel	47
Como agua para chocolate	Laura Esquivel	Como agua para choco- late	Alfonso Arau	56
Macario	Bruno Traven	Macario	Roberto Gavaldón	59
El apando	José Revueltas	El apando	Felipe Cazals	60
Naufragios	Alvar Núñez Cabeza de Vaca	Cabeza de Vaca	Nicolás Echevarría	61
El árbol	Helena Garro	Juego de mentiras	Archibaldo Burns	62
Doña Herlinda y su hijo	Jorge López Páez	Doña Herlinda y su hijo	Jaime H. Hermsillo	65
Santa	Federico Gamboa	Santa	Antonio Moreno	67
Doña Bárbara	Rómulo Gallegos	Doña Bárbara	Fernando de Fuentes	75
La perla	John Steinbeck	La perla	Emilio Fernández	80
Santa	Federico Gamboa	Santa	Norman Foster	82
El muro y la trocha	Nino Martini	Viento negro	Servando González	88
El niño de la bola	Pedro Antonio de Alarcón	Historia de un gran amor	Julio Bracho	90
La malquerida	Jacinto Benavente	La malquerida	Emilio Fernández	92
Mañana	Joseph Conrad	Naufragio	Jaime H. Hermsillo	100

Es importante destacar que las adaptaciones cinematográficas de los siguientes textos obtuvieron los dos reconocimientos: *La barraca*, *La perla*, *El lugar sin límites*, *Lo de antes*, *Como agua para chocolate* y *México Insurgente*. La novela corta de Juan Rulfo *El gallo de oro* tiene dos adaptaciones: una de Roberto Gavaldón, de nombre homónimo, obtuvo el reconocimiento a las *100 mejores del cine mexicano*, y otra, de Arturo Ripstein, *El imperio de la fortuna*, fue galardonada con el *Ariel*.

3. Estilo de los textos de la colección

Otro concepto de mercadotecnia que aporta a la difusión de un texto literario es el estilo, el cual tiene que ver con la presentación, con la forma. Estudiar el estilo, es un método para acrecentar el valor de un bien, pues "... describe la apariencia de un producto. Los estilos pueden ser atractivos o aburridos. Un estilo sensacional puede captar la atención y producir una estética agradable...".¹⁰ Si en un producto el estilo está relacionado con la presentación, en un texto narrativo se refiere a la manera en que se desarrolla el discurso literario, que puede ser: directo o indirecto. El estilo directo tiene como distintivo la conferencia polifónica (los personajes cuentan la historia: se comunican, piensan, opinan, discrepan). Este tipo de descripción atañe al diálogo y a veces al monólogo: en él se observa rápidamente el sentir de los protagonistas. Las palabras bellamente ensambladas por Roberto (personaje de Goytortúa en la novela *Pensativa*) son un ejemplo del estilo narrativo directo. Explican por qué renunció al profundo amor de Gabriela Infante, con quien iba a contraer nupcias antes de desnudar su pasado: había sido una atroz *Generala* del bando rebelde durante la *guerra cristera* (1926-1928):

"-Mi esposa la Generala -me dije. -¿Qué maldita trama había sido aquella? ¡Yo casado con una mujer del todo manchada! ¡Ah!, y ella que se había callado. Refugiada en el Plan de los Tordos, fugitiva de las venganzas, ensangrentada, sí, chorreando sangre, había sabido engatusarme. Era preciso partir, alejarme de una tierra sombría y para

siempre cortar con un pasado abrumador. Y yo iba a partir. Rugí de dolor. ¡Qué brusca caída en un abismo, qué inesperado hundirse en un pantano sobre el cuál se deslizaban ignominiosos fantasmas: La Generala, el Desorejador, el ciego Muñoz, el desnarigado! Huir, huir de aquella tierra..."¹¹

Para lectores menos experimentados (mercado meta en este documento) es más didáctico iniciar la lectura con textos de estilo directo, porque son discursos más rápidos y los personajes tienen su propia ideología. La novela *Pito Pérez*, amenamente escrita por José Rubén Romero, es un magnífico prototipo en el que se hace presente la subjetividad de los protagonistas, todo su folklore, originalidad, etcétera. Así se escucha la voz aguardentosa de *Pito Pérez*:

"Y el Presidente municipal me trata como si fuera el peor de los criminales. ¿Por qué cree usted que me dobló la condena que acabo de cumplir? Pues porque le hice una inocente reflexión, a la hora de la consigna. Él dijo su sentencia salomónica: para Pito Pérez, por escandaloso y borracho, diez pesos de multa, o treinta días de prisión, a lo que yo contesté con toda urbanidad: pero, señor Presidente, ¿Qué va Usted hacer con el Pito adentro tantos días? El señor Presidente me disparó toda la artillería de su autoridad, condenándome a limpiar el retrete de los presos durante tres noches consecutivas."¹²

Las versiones teatrales de *Los albañiles* de Vicente Leñero y *Danzón* de María Novaro constituyen dos ejemplos ilustrativos: son narrativas plenamente dialogadas. En nuestra colección tenemos otras magníficas obras con *estilo directo*, donde el narrador es uno, o dos, o más personajes, a saber: *Pedro Páramo* de Juan Rulfo; *Las dos Elenas* y *Muñeca Reyna* de Carlos Fuentes; *Los recuerdos del porvenir* de Elena Garro, en la cual el pueblo de Ixtepec es el narrador durante la *guerra cristera*; *Balún Canan* de Rosario Castellanos; una obra reciente, narrada en verso, *Las Elegidas* de Jorge Volpi, entre otras.

11 GOYTORTÚA, Jesús. *La pensativa*. México: Porrúa, 1994. p. 137-138.

12 Romero, José Rubén. *La vida inútil de Pito Pérez*, México: Porrúa, 2013.

10 *Op. Cit.* Kotler

En contraste, en el estilo indirecto, el narrador todo lo sabe, está en todas partes, impide que los personajes hablen por sí mismos. Alude al “discurso narrativizado”, que recita los hechos en lugar de mostrarlos en una trama:

“El estilo indirecto requiere la existencia de un narrador a cuyo cargo está relatar, describir las acciones de los personajes y presentar sus parlamentos traspuestos a la forma de proposiciones subordinadas e introducidas por términos subordinantes. El narrador no pone en labios del personaje, literalmente, los dichos, sino que se interpone entre el personaje y su dicho, no permite que el personaje diga lo que piensa, sino que él mismo dice lo que el personaje dijo antes”.¹³

La novela *El crimen del padre Amaro* del portugués Eca de Queiroz es un clásico representante del estilo indirecto: el narrador habla por los protagonistas. Por ejemplo, cuando el *Padre Maestro* (un viejo canónigo) acusa al *Padre Amaro* (un joven sacerdote) de haber tenido relaciones sexuales con Amelia y lo amenaza con contárselo al señor vicario general. Es indudable el punto de vista del narrador sobre las lujurias de ambos sacerdotes. En la siguiente cita, se evidencia con mayor pulcritud cómo dice lo que piensan los personajes.

“—Oiga, señor canónigo (aseveró Amaro). Bien hará en callarse, si no quiere que yo también diga al vicario que le he visto a usted en la cama con la San Juanera. —¡Mentira, mentira! —Le vi, le vi, le vi —afirmaba el párroco con furor—. Una noche al entrar yo en casa, el señor canónigo estaba en mangas de camisa sobre la cama, mientras la San Juanera que acaba de levantarse, se ponía el corsé. Le ví como ahora le veo. Y si dice usted una sola palabra, yo probaré a todo el clero, que hace diez años está usted liado con la San Juanera. El canónigo agobiado por aquellas palabras quedó como un buey asustado; Amaro seguro ya de su silencio continuó. —Todos tenemos por qué callar, y venimos ahora con sermones de moral, es una bobada. La moral está bien para la escuela o para el púlpito.

En la vida, yo hago esto, usted hace aquello, y los demás hacen lo que pueden. El Padre Maestro, que tiene edad, se arregla con la vieja, yo, que soy joven, busco a la muchacha. Es triste, pero, ¿qué hemos de hacerle? Es ley de naturaleza. ¡Somos hombres!. El canónigo escuchaba aquellas verdades moviendo la cabeza como asintiendo. Se dejó caer en una silla para descansar de tanta cólera inútil, y mirando al párroco dijo reconviéndole: —¡Pero hombre, al comenzar la carrera!... —¡Lo mismo que usted al terminarla, Padre Maestro! Lo que enfurecía al canónigo era que se trataba de la “pequeña casa”. Si hubiera sido con otra... hasta lo aprobaba. Pero con Amelia... Cuando lo supiera la pobre madre, se moriría de disgusto.¹⁴

Ejemplo representativo de estilo indirecto es *El apando* de José Revueltas: un narrador omnisciente, que quita el habla a los personajes. Novelas como ésta pueden gustar más a lectores de oficio. Otras obras donde la perspectiva del narrador está en todas partes, son: *La barraca* de Vicente Blasco Ibáñez, *Otilia Rauda* de Sergio Galindo, *Doña Perfecta* de Benito Pérez Galdós, *Los de abajo* de Mariano Azuela, *La escondida* de Miguel N. Lira, *Lluvia roja* de Jesús Goytortúa, *Macario* de Bruno Traven, *La perla* de John Steinbeck. En suma, en esta colección tenemos los dos tipos de estilos, cualquiera es ameno, explosivo, u otros calificativos.

4. Diseño de los textos de la colección

En el clímax de la estrategia para atraer lectores por placer es necesario escudriñar otro concepto de mercadotecnia: el diseño de un bien o un servicio. Si como observamos, el estilo es la presentación, el diseño es la esencia de un producto. “A diferencia del estilo, el diseño es más profundo, llega hasta el corazón mismo del producto. Un buen diseño contribuye a la utilidad del producto, así como a su apariencia”.¹⁵ En literatura, el homólogo del diseño de marketing es la estructura del texto, la organización de la historia: “Es el armazón

13 BERISTÁIN, Helena. *Diccionario de retórica y poética*. México: Porrúa, 2013. p. 353

14 ECA DE QUIEROZ, Jose Maria (2002). *El crimen del padre Amaro*. CAEM: México, 277 p.

15 *Op. Cit.* Kotler.

o esqueleto constituido por la red de relaciones que establecen las partes entre sí y con el todo (...) también pertenecen a él las reglas que gobiernan el orden de su construcción. Es decir: disposición coordinada de un conjunto de elementos...”¹⁶

Al menos existen tres elementos estructurales (estrechamente vinculados) que dan forma a excelsos diseños literarios, a saber: tiempo narrativo (orden, duración y frecuencia); los niveles narrativos (historia y discurso); y el tipo de narrador (omnisciente, auto-diegético, meta-diegético, testigo...) El diseño es la esencia de los textos; es la manera de organizar esos tres elementos; eso los erige en joyas de la literatura. Por ejemplo, *Pedro Páramo*, de Juan Rulfo, ha trascendido en México y en la literatura mundial por su genial y novedosa estructura narrativa, a saber: discurso polifónico entre muertos, donde todos hablan, muestran sus sentimientos e ideología, sin intermediación; ruptura con la narración omnisciente y la temporalidad lineal, presentes en la novela de la revolución mexicana.¹⁷ El tiempo narrativo está totalmente inundado de anacronismos y además emplea la técnica *in extrema res*: inicia la novela con el final, es decir, con la llegada de *Juan Preciado* a “Comala” (donde supuestamente debería terminar). La narrativa de Juan Rulfo ha gustado mucho a la crítica literaria mundial: es una técnica parecida a la de William Faulkner que trasmuta al lector de pasivo en activo, lo mete en la constante dinámica interpretativa.¹⁸

Desafortunadamente, aquí no es posible definir teóricamente los tres elementos estructurales, ni tampoco examinarlos en cada uno de los 50 textos. Pero, desde la óptica mercadológica para atraer lectores meta, lo medular es resaltar el elemento más seductor para los jóvenes (el nivel narrativo), en particular la construcción de la historia, es decir, el conglomerado de hechos que el narrador comunica a los lectores virtuales a lo largo de la obra. En los textos de la colección encontrarán historias sumamente atractivas que pueden dar respuesta a sus diversas inquietudes emotivas, in-

telectuales y tal vez a sus pesares. Hemos advertido los tópicos de algunas historias; otros, en las siguientes: uno de los dilemas de *Tiburcio Maya*, hombre que mató a su mejor amigo, para evitar que contagiara de varicela a la tropa entera durante la “toma de Torreón”, como en la novela *Vámonos con Pancho Villa* de Rafael F. Muñoz; los arteros tubazos en la cabeza, que pusieron fin a la paupérrima vida de don Jesús, ejemplo de la fragilidad de trabajadores de la construcción, como en *Los albañiles* de Vicente Leñero; el amor puro y desinteresado de una mujer burlada, orillada a la prostitución, como en *Santa* de Federico Gamboa; la corrupción policiaca que obliga a un delincuente (el *Tarzán*) a mantenerse en el hampa, aun cuando desea regenerarse, como en *Lo de antes*, de Luis Spota; el horror como el *Misterio de Isintong* de Arthur Machen, base argumental de la película *El esqueleto de la señora Morales*; las llagas psicológicas que deja en un niño, la castración fálica propinada por un perro, como en *Los cachorros* de Mario Vargas Llosa; los juegos de erotismo, poder y dominación que se desarrollan en los prostíbulos de un pueblo, como en *El lugar sin límites* de José Donoso, o las maldades cometidas por las mafias contra las prostitutas de Tijuana, como en *Las elegidas* de Jorge Volpi, entre otras.

Crear la marca de lectores. Hacer de la colección de 50 textos literarios un símbolo de lectura

La última parte de la estrategia consiste en tender lazos entrañables entre la colección y los lectores, para que cada usuario de las bibliotecas lea, con gusto, al menos un libro de la colección. En mercadotecnia a este proceso se le llama creación de marca, la cual consiste en definir los vínculos afectivos con los usuarios “...que no sólo son nombres y símbolos, sino elementos fundamentales de las relaciones que tienen la compañía con sus clientes. La marca es lo que la gente dice de ti cuando no estás presente.”¹⁹ “Una *marca* es un nombre, término, letrero, símbolo o diseño, o la combinación de estos elementos, que identifica al fabricante o vendedor de un producto o servicio.”²⁰

16 *Op. Cit.* Beristáin, p. 200

17 ZSCHIRNT, Christiane. *Libros. Todo lo que hay que leer*. México: Santillana, 2004. p. 306.

18 *Ibid*

19 *Op. Cit.* Kotler.

20 *Op. Cit.* Kotler.

La marca tiene que ver con el tiempo, con el arraigo que nuestra colección logre en la parte cognoscitiva y la memoria del cerebro de los usuarios. Por eso tenemos que difundir, puntualmente sus características. En todo momento debemos guiarnos por los tres principios de la publicidad: comunicar, persuadir y recordar. La marca, en este caso no sería un logotipo, sino la exaltación de sus atributos. Quedaría así: es una colección de joyas de la literatura nacional, hispanoamericana y mundial, escritas por connotados autores, algunos de ellas sus obras cumbre. Son textos que han obtenido premios nacionales e internacionales, traducidos a muchos idiomas; son símbolos literarios, creados con excelsa técnica: estilo, estructura, argumento y trama.

Los temas que abordan son de variedad increíble, empapados de valores y antivalores: drama social, intriga y violencia política, amor, desamor, odio, tristeza, guerrilla, fanatismo religioso, comicidad, horror, costumbres urbanas y rurales... Algunas son obras iconoclastas, atentan contra el poder, y han sido presa de la censura. Con esta colección los alumnos mejorarán su capacidad lectora, activarán su cultura, sus conocimientos históricos, geográficos y literarios. Comprenderán que los libros son objetos de regalo, de diversión, de pertenencia a un conglomerado social, a una comunidad lectora. Adicionalmente verán las películas y tendrán puntos de comparación. Los filmes, también han sido premiados fuera y dentro de México, son realizados por reconocidos directores, talentosos guionistas, fotógrafos, artistas, musicólogos, editores, etcétera.

Epílogo

En la Biblioteca "Guillermo Haro" nuestros bibliotecarios y usuarios han sido receptáculo de los beneficios de esta estrategia. Le quitamos el polvo a los libros, los estamos estudiando para que nuestra cultura se mida por el grosor de los libros que leemos, no por el polvo que les dejamos, parafraseando el epígrafe de John Steinbeck al inicio del texto. En diversos cursos y conferencias hemos difundido la fuerza que da la literatura al cine y viceversa; leímos textos y miramos películas derivadas. Comprobamos porqué ambos han recibido sendos premios. Hemos visto como el cineas-

ta Benito Alasraki, en su "ópera prima" *Raíces*, volvió imagen y movimiento los cuentos del *Diosero* de Francisco Rojas: el dolor, la crueldad y la desdicha de un adolescente en *La parábola del joven tuerto*; la analogía entre la vaca de Don Remigio y una hermosa indígena hidalguesa, en el cuento *La vaca de Quiviquinta*; la misma analogía entre una cabra y preciosa mujer, en *La cabra de dos patas*; finalmente, el menosprecio de la supuesta cultura salvaje de los indios chamulas, en el relato *La tona*. De igual modo, experimentamos cómo el director Jorge Fons enalteció, en la pantalla grande, la novela *Los cachorros* de Vargas Llosa con su película homónima: en el film, la emasculación fálica del niño Cuéllar lo lleva a un terreno fatídico, violento y desolado. Nos asombramos y conmovimos al ver cómo Roberto Gavaldón llevó al cine la excelsa novela corta *Macario*, de Bruno Traven; presenciamos cómo Alberto Isaac fascinó con la película *Mariana Mariana*, basada en una de las obras más significativas de la literatura mexicana: *Las batallas en el desierto*. En esas películas pudimos atestiguar la importancia de la música para agrandar sus escenas: escuchamos a Café Tacuba y Lucho Gática, Pablo Moncayo, John Lennon. Cuando los usuarios lean por mero placer algún título de la colección y miren el film derivado, estaremos en vías de consolidar la marca: *Para leer por placer: Textos literarios adaptados al cine mexicano*. ■



Bibliotecarios durante el curso de Literatura y cine en la Biblioteca "Guillermo Haro Barraza". Verano de 2016

OBRAS CONSULTADAS

- ACTIS, Beatriz. *¿Qué, cómo y para qué leer? Un libro sobre libros*. Argentina: Homo Sapiens, 2003. 122 p.
- ÁLVAREZ ACOSTA, Miguel. *Muro Blanco en Roca Negra*. México: Cuadernos Americanos, 1952. 371 p.
- ARGÜELLES, Juan Domingo. *Si quieres... lee. Contra la obligación de leer y otras utopías lectoras*. España: Fórcola, 2009. 329 p.
- BADIOU, Alan. *El cine como acontecimiento*. México: Paradiso Editores/ Universidad Iberoamericana de México, 2014. 119 p.
- BERISTÁIN, Helena. *Diccionario de retórica y poética*. México: Porrúa, 2013. 520 p.
- BLASCO IBÁÑEZ, Vicente. *La Barraca*. México: Porrúa, 1999.
- BRUNETTI, Giorgio, et al. *La librería como negocio. Economía y Administración*. México: FCE, 2005.
- EGA DE QUIEROZ, Jose Maria (2002). *El crimen del padre Amaro*. CAEM: México, 277 p.
- EPSTEIN, Jean. *El cine del diablo*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Cactus, 2014. 128 p.
- ESQUIVEL, Laura. *Como agua para chocolate*. México: Debolsillo, 2016.
- GOYTORTÚA, Jesús. *La Pensativa*. México: Porrúa, 1994.
- HINOJOSA CÓRDOVA, Lucila. *El cine mexicano. De lo global a lo local*. México: Trillas, 2003. 129 p.
- KOTLER, Philip y AMSTRONG Gary. *Marketing*. México: Pearson, 2012. 118 p.
- LÓPEZ YEPES, José. *Diccionario Enciclopédico de Ciencias de la Documentación*. España: Síntesis, 2016. 561 p.
- México su apuesta por la cultura / compilador Armando Ponce*. México: Grijalbo/Proceso/UNAM, 2003. 760 p.
- ROMERO, José Rubén. *La vida inútil de Pito Pérez*, México: Porrúa, 2013. 182 p.
- ZSCHIRNT, Christiane. *Libros. Todo lo que hay que leer*. México: Santillana, 2004. 351 p.

HEMEROGRAFÍA

- MAGDALENO C., Ma. de los Ángeles. Bucareli 113. Los orígenes de la censura en México. *Estudios Cinematográficos, Revista de actualización técnica y académica del Centro Universitario de Estudios Cinematográficos*, 2011, no. 34, octubre de 2011, enero de 2012, p. 26-41
- TOVAR, Luis. La censura hoy. *Estudios Cinematográficos, Revista de actualización técnica y académica del Centro Universitario de Estudios Cinematográficos*, No. 34, octubre de 2011, enero de 2012, p. 42-52
- AGUIRRE, Eugenio. *En la cima literaria del Siglo xx*. Revista Proceso, Edición conmemorativa, año 40, mayo de 2017, p. 36

PÁGINAS DE INTERNET

- <http://biblio.unam.mx/cch-oriente>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Las_100_mejores_pel%C3ADculas_del_cine_mexicano
- http://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Premio_Ariel_a_la_mejor_pel%C3ADcula
- <http://dgb.unam.mx> (LIBRUNAM)
- www.Poblimerías.com

Fotografías

Sara Hernández Juárez