

La imagen del autor y el poder de los medios masivos: el caso Leonardo Padura

The author's image and the power of the mass media: the Leonardo Padura case

Élodie Angélique Peeters

Universidad Autónoma de Baja California Sur

Resumen

Este trabajo propone poner en perspectiva los cambios relacionados con el desarrollo de Internet y de todos los medios de comunicación y de difusión. La pandemia del Covid-19 dejó huellas importantes tanto en la manera de comportarse como de leer. El papel del autor sufrió cambios en su imagen y su forma de aparecer en los medios de difusión y las redes sociales. Estudiaremos el ejemplo del escritor cubano Leonardo Padura para subrayar esa nueva manera de promocionar una obra y promocionar a un autor. Sin embargo, en el proceso de la recepción literaria, el lector tiene un papel importante y veremos que él también ya no se conforma con sólo leer el libro. La ciberdemocracia comienza su reino y se amplifica creando otras maneras de descubrir las obras, con los comentarios de los lectores. La ecuación de la recepción literaria lector-autor-libro ya no es la misma, veremos los efectos en todo el proceso.

Palabras clave: Recepción literaria, Ciberdemocracia, Medios de difusión, Autor, Lector, Redes sociales.

Abstract

This paper proposes to put into perspective the changes related to the development of the Internet and all the means of communication and dissemination. The Covid-19 pandemic left important traces both in the way of behaving and reading. The role of the author underwent changes in his image and his way of appearing in the media and social networks. We will study the example of

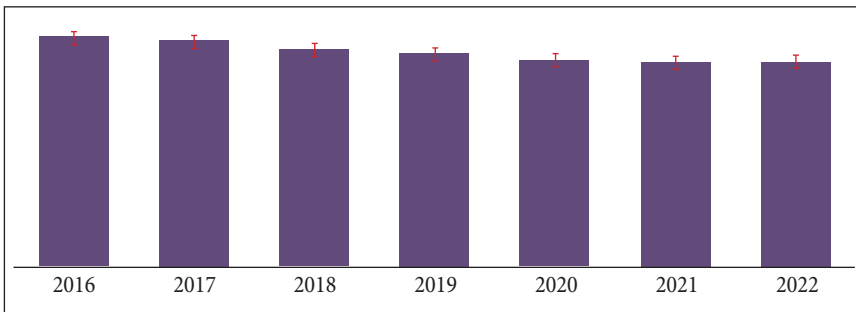
the Cuban writer Leonardo Padura to underline this new way of promoting a work and promoting an author. However, in the process of literary reception, the reader has an important role and we will see that he is no longer satisfied with just reading the book. Cyberdemocracy begins its reign and is amplified by creating other ways of discovering the books, for example with the comments of the readers. The equation of literary reception: reader-author-book, is no longer the same, we will see the effects throughout the process.

Keywords: Literary reception, Cyberdemocracy, Broadcast media, Author, Reader, Social networks.

Introducción

Cada año, el 23 de abril se celebra el Día Internacional del Libro, pero ¿ese día refleja verdaderamente las costumbres de los mexicanos? Según el Inegi, en México, los adultos leen cada vez menos: “este año, 68.5% de la población de 18 años y más se considera lectora, el porcentaje más bajo de los últimos siete años, según datos del Inegi” (Soto, 2023, párr. 1). La Gráfica 1 muestra la evolución del porcentaje de lectores entre 2016 y 2022: una pérdida de casi 10 puntos en 6 años.

Gráfica 1. Población alfabeta de 18 y más años que leyó algún material* considerado por el MOLEC



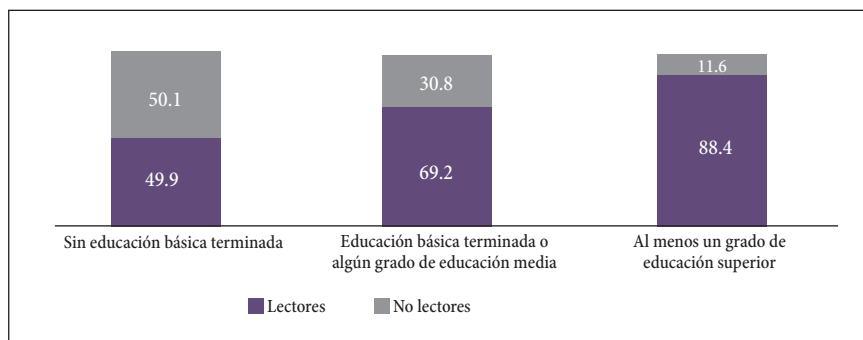
Fuente: Inegi, Módulo sobre lectura, 2016-2022.

Nota: * Libros, revistas, periódicos, historietas, páginas de internet, foros o blogs. En cada barra se presenta la estimación por intervalo de confianza de 90%

Además, la investigación comprobó una disminución del número de libros por lector, un promedio de 3.4 libros comparado con 3.9 en 2022 (Soto, 2023,

párr. 3), el promedio más alto desde 2016. De igual manera, incluso si el alfabetismo progresó en las últimas décadas, la lectura se relaciona con el nivel de estudios como se muestra en la Gráfica 2.

Gráfica 2. Población alfabetizada de 18 y más años por condición de lectura de los materiales del MOLEC



Fuente: Inegi, Módulo sobre lectura, 2022.

¿Qué leen las personas que sí leen y por qué? Resulta que se interesan más en los libros con un 40.8% y luego siguen las páginas de internet, los fotos o blogs. Cabe destacar que esas fuentes de lectura, para la mayoría, no forman parte de la carga laboral sino del entretenimiento (44.6%). Dulce Soto añade que “la lectura de los libros en formato digital aumentó 13.8 puntos porcentuales entre 2016 y 2023, al pasar de 7.3% de las personas que los leían a 21%” (Soto, 2023, párr. 7), resultado de la pandemia.

Hoy en día, “México ocupa el lugar 24 en el ranking mundial de los países que más leen”, según un estudio de Nayeli Meza Orozco publicado en 2013 (párr. 1). Este mismo año Rosa María Camacho-Quiroz explica las razones de esos números tan bajos en el país:

más del 70% de los mexicanos no lee un solo libro al año. Unos porque son analfebetos y otros porque no quieren o no pueden. En nuestro país, varios factores, entre económicos, culturales o pedagógicos, intervienen para que la lectura, entendida como práctica que conjuga la adquisición de conocimiento con el placer, no sea una rutina común en la población mexicana. (Camacho-Quiroz, 2013, p. 153)

México no resulta ser un país con afán de lectura debido a varias condiciones intrínsecas a la República pero se destacan algunos cambios. Primero, hoy en día, la lectura forma parte de nuestra vida cotidiana, el analfabetismo

disminuyó con la ampliación de la enseñanza y el desarrollo de las escuelas y sobre todo: el Internet llegó para arrastrar nuestra manera de ver la vida y por supuesto nuestra forma de leer y compartir información. Roger Chartier afirma

las lecturas están siempre inscritas en una diversidad de determinaciones que remiten a los códigos, convenciones, expectativas y competencias de los lectores, que varían según los lugares y los tiempos. Se trata también de una práctica cuyo ejercicio depende de sus condiciones de posibilidad, distribuidas de forma desigual en cada sociedad. (Chartier, 2021, p. 32)

Un cambio drástico operó tanto en el área de la lectura como en la visión que tenemos del autor provocando una transformación en la recepción de las obras literarias.

En este capítulo, estudiaremos el cambio de imagen de la literatura y del mercado literario en el nacimiento de la era digital, así como la presencia del autor en los medios creando una nueva concepción de la esencia del escritor. El autor cubano Leonardo Padura ejemplificará el uso de los medios de difusión y las redes sociales para vender sus obras. Esas mutaciones dentro del movimiento digital provocaron un cambio en el papel que tiene el lector dentro de la relación de recepción de una obra. La ciberdemocracia se aplicará arrastrando el poder absoluto del escritor hacia el lector, quien podrá asumir todos los papeles al mismo tiempo: lector, escritor, editor, corrector, traductor, gracias al Internet y sus facilidades.

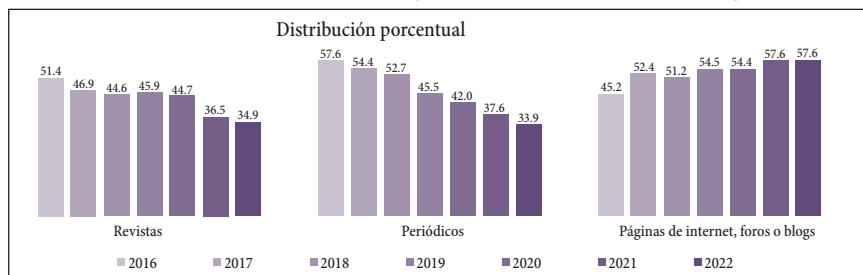
La era digital y la literatura: huellas de la pandemia

El desarrollo del Internet cambió la manera de leer y permitió acercar la lectura a las personas que tienen una conexión a Internet. La lectura de textos en línea incrementó como lo demuestra la Gráfica 3.

Vemos que la lectura de páginas de Internet, foros o blogs aumentó de manera significativa entre 2016 y 2022 a diferencia de los periódicos, que fueron abandonados por los lectores. En las últimas décadas apareció una nueva forma de leer y de vender: la era digital. Resulta que las ventas de libros cayeron como lo confirma Mariana Bueno, “en otras palabras, la reducción significativa del precio promedio del libro no fue suficiente para garantizar el crecimiento necesario del número de ejemplares vendidos, lo que resultó en

una caída de las ventas del sector” (2019, párr.1). Provocando que en México y en el mundo, el mercado del libro decayera.

Gráfica 3. Población alfabetizada de 18 y más años de edad lectora de revistas, periódicos, páginas de internet, foros o blogs



Fuente: INEGI, Módulo sobre Lectura (2016-2022).

Hoy en día el Internet está en todos lados, lo utilizamos para comprar, para anunciarnos, para divertirnos, para informarnos, etc. La pandemia que acabamos de vivir estrechó aún más nuestro vínculo con el Internet porque era la única manera que se tenía para comunicarnos. No podíamos abrazar a nuestros parientes físicamente, teníamos que conformarnos con verlos a través de pantallas y celulares, no podíamos seguir/dar clases presenciales, debíamos de hacerlo detrás de la pantalla de una laptop o de un celular. Las tiendas no esenciales (como las librerías) estaban cerradas y tocar objetos nos daba miedo. Lo virtual era lo más seguro, escribir mensajes de texto, comentarios en redes sociales y leer de manera virtual. Las consecuencias de la pandemia fueron drásticas para la venta de libros

un primer suceso fue el cierre de las librerías, que ha producido una fuerte caída en las ventas de libros, y esto ha generado grandes dificultades para las editoriales. En todas las encuestas que he leído –una del Sindicato Nacional de las Edición (SNE) de Francia y otra del Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (Cerlalc)–, los editores estiman la disminución de su facturación entre 40% y 50% en relación con 2019. (Chartier, 2021, p. 32)

Lo digital se reforzó durante este periodo, las librerías hacían su esfuerzo para llevar sus ventas a la puerta del consumidor sin cargo extra, estaban saturadas de pedidos para envíos y creció una nueva forma de leer: “según un informe reciente de la plataforma Librad, durante las semanas de confinamiento, entre marzo y abril, la venta de ediciones digitales en español aumentó

50% y el tiempo promedio de lectura en pantalla incrementó 30%” (Salinas, 2021, párr. 5).

Finalmente, vemos que la pandemia permitió desarrollar la habilidad de la lectura, pero, al mismo tiempo, cambió la forma de leer y vender. Estamos viviendo un periodo de cambio fuerte dentro del mundo de los libros. Roger Chartier pregunta lo siguiente:

la pregunta fundamental es si esta situación inaugura un nuevo mundo de la cultura escrita, con el predominio de la forma digital, con un mundo sin librerías y si libros impresos, y, tal vez, con una profunda re-definición de la edición. O bien, por el contrario, si quizás debemos pensar lo que aconteció y acontece con la pandemia como una forma exacerbada de transformaciones que ya existían, de mutaciones que ya estaban presentes y que encontraron una suerte de paroxismo en el tiempo de la pandemia. (Chartier, 2021, p. 33)

Sigue hablando del poder de las plataformas en línea como Amazon y de la “rentabilidad del negocio de los libros” cuyas consecuencias fueron el cierre de 350 librerías en París desde 2000 hasta 2019 (Chartier, 2019, p. 34).

A pesar de las dificultades, está comprobado que los mexicanos aprovecharon ese momento para leer más, como lo evalúan los artículos siguientes. La Redacción del *Economista* declara que “pese a estos obstáculos se observa que la pandemia revirtió la tendencia a la baja que se presentaba en los últimos años. 4 de cada 10 mexicanos adultos alfabetos consumen libros y el promedio de libros leídos al año trepó a 3.9, su nivel más alto desde 2016” (*El Economista*, 2022, párr. 2). De igual manera, Orlando Salinas concuerda afirmando que “de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), a través del Módulo sobre Lectura (Molec), 71.6% de la población de 18 años y más que saben leer y escribir, declararon haber leído algún ejemplar durante el confinamiento” (Salinas, 2021, párr. 1).

Vemos que los lectores son cada vez menos numerosos, pero al mismo tiempo nos damos cuenta de que la gente se acerca más fácilmente a lo digital. Entonces ¿cuál será la manera más fácil para un autor de presentar sus obras? Utilizando los medios de difusión más conocidos y las redes sociales, creando una imagen para esa nueva versión del lector de 2023.

La omnipresencia del autor en los medios y las redes sociales: la imagen prevalece sobre el libro

Hoy en día se nos hace más fácil encontrar información sobre un libro o un autor que antes gracias a los medios de difusión como lo explica Harold Hütt Herrera: “los medios de difusión involucran tanto los medios tradicionales como los espacios virtuales, dentro de los cuales destacan las redes sociales y los diversos mecanismos de interacción con grupos de personas con el apoyo de la tecnología (blogs, wikis, etc.)” (Hütt Herrera, 2012, p. 122). Sólo tenemos que abrir una página de Internet y buscar el autor o el título del libro. O también, podemos buscar en el botón de búsqueda de Instagram, X o Facebook si hay comentarios sobre el objeto de nuestro deseo.

El Internet nos proporciona detalles sobre la vida profesional y personal de muchos autores por muy poco famosos que sean. Intentemos con el autor cubano Leonardo Padura: me sale la página Wikipedia sobre el autor con su biografía y todas sus obras. La página está dividida en 5 partes, biografía, obras, premios y reconocimientos, referencias y enlaces externos. En la parte de obras se destacan varias áreas, “novelas”, “cuentos”, “ensayos y reportajes” y “guiones” para enseñar las facetas del artista. Como sabemos, Wikipedia proporciona información no profesional, las personas participan en la página de manera autónoma, nadie verifica la veracidad de la información. Entonces, el lector en busca de información caerá sobre esta página. El segundo sitio se llama Planeta del libro México, una página utilizada para promocionar los libros del Grupo Planeta, editorial en la que se publican los libros de Padura. En esta página, hacen una pequeña presentación del autor con sus obras más famosas, siguen las tapas de sus “últimos libros” según la página con una etiqueta del género del libro. Por ejemplo, el libro *Personas decentes* está etiquetado como “novela negra”, *Como el polvo en el viento*, “novela literaria”, *Los rostros de la salsa*, “ciencias humanas y sociales” a fin de guiar al lector en su búsqueda del libro que desea leer. Siguen los premios recibidos por el autor, su bibliografía completa y un video con el autor promocionando su último libro. Este sitio profesional recolecta toda la información más importante del escritor y sus obras. El tercer sitio que propone Google es la página oficial del periodico español *El País*, enseñando los artículos donde aparece el nombre del autor o relacionados con una de sus obras o con Cuba. Vemos que es fácil encontrar reseñas sobre un autor o un libro en específico, pero no es sencillo o seguro saber si la información es verídica. La cantidad de información disponible se relaciona directamente al reconocimiento del autor, entre más famoso

sea más datos tendrá la red. Una red donde el lector es actor, como amateur o (pseudo)especialista.

Otro medio muy importante hoy en día para informarse son las redes sociales. Quizás podamos hablar de la revolución de estas al ver el número de personas que las utilizan para informarse, divertirse, promocionar, odiar, amar. La gente publica y sube fotos cuando está leyendo un libro, ya sea que sea de su agrado o no y al mismo tiempo da visibilidad del autor y del libro. Cada uno puede añadir su comentario personal, su comprensión de la obra, criticarla de manera positiva o negativa y describirla; Harold Hütt Herrera menciona, “la principal regla en este último grupo es que no hay reglas; es decir, no hay censura, línea editorial o restricción que marque la pauta en este tipo de espacios” (Hütt Herrera, 2012, p. 123). Leonardo Padura es un autor activo en las redes sociales, tanto en Facebook como en X o Instagram. Por ejemplo, el #leonardopadura tiene más de 5 000 publicaciones; significa que más de 5 000 personas han etiquetado al autor. Además de este *hashtag*, podemos encontrar otros más específicos como #leonardopadurafuentes con más de 100 publicaciones o #leonardopaduraenchile o #leonardopaduraadióshemingway con menos de 100 publicaciones. Podemos encontrar otras *fan page* como por ejemplo la página de Leonardopadura que obtiene 5406 seguidores con 154 publicaciones o fafa_leonardo con 161 seguidores.¹ Se trata de publicidad gratuita para el escritor y sus obras, pese a que no se puede controlar (ya sea él o la editorial) lo que se publica en las redes. Incluso hemos encontrado en Internet un *Manual básico de redes sociales para escritores* redactado por ExLibric una editorial española (Montero), en el que se describen cuáles redes tienen que utilizar los escritores, a qué hora publicar o qué publicar. No sólo los escritores se convierten en *influencers*, la nueva moda se apoderó también de las y los lectores ya que muchas personas exponen reseñas de libros en videos de Instagram, Facebook y Tiktok. Podemos utilizar el ejemplo del Librero de Valentina, que tiene una página de Internet y está presente en Instagram, X y Facebook con el mismo nombre. En este video, con 13450 vistas, presenta la obra del autor y crítica de manera muy positiva la obra. Ese tipo de video promociona de manera gratuita las obras del autor y permite a la persona que genera el contenido ganar dinero con el número de vistas. Además de esos medios, los videos del autor se hacen más famosos, sobre todo cuando Google los propone al escribir el nombre del autor en la barra de búsqueda. No sólo enseña varios sitios con la biografía o bibliografía, sino expone fotografías del autor sonriendo, imágenes de sus libros o videos donde promociona su libro

¹ Los números son de noviembre de 2022.

Personas decentes. En Youtube, es posible encontrar decenas de entrevistas o transmisión de conferencias que dio Padura. En esos videos, el autor habla de sus obras, de la situación en Cuba, del mundo. Esos videos forman parte de la promoción del autor porque parece muy simpático con su cara redonda, la barba blanca, la sonrisa agradable, todas estas son herramientas para atraer al lector y generar impresiones sobre varios aspectos.

De igual manera, podemos considerar los comentarios vertidos en los fórums o los sitios de venta de libros en línea, donde los lectores pueden calificar las obras leídas con estrellas, como es el caso del sitio de Amazon. Continuando con ejemplo que aquí analizamos, si escribimos “Leonardo Padura” en Amazon.mx, lo primero que sale es su último libro, *Personas decentes*, publicada el 21 de octubre de 2022. La reseña ya tiene 647 calificaciones a pesar de la fecha reciente de publicación. Amazon explica que las opiniones de los clientes funcionan de la siguiente manera:

las opiniones de los clientes, incluidas las calificaciones por estrellas de los productos, son útiles para que otros usuarios obtengan más información acerca del producto y decidan si es el adecuado para ellos. Para calcular la calificación global por estrellas y el desglose porcentual por estrellas, no utilizamos un promedio simple. En cambio, nuestro sistema considera aspectos como la fecha de la reseña y si el autor compró el artículo en Amazon. También se analizaron las reseñas para verificar la fiabilidad. (Amazon, 2022)

Podemos ver que la mayoría de las opiniones son favorables en cuanto a la nueva obra de Padura con un promedio de 4.5/5 estrellas. Un 61% de los lectores calificaron con 5 estrellas, 28% con 4 estrellas, 7% con 3 estrellas, 1% con 2 estrellas y 2% con 1 estrella. No sólo podemos ver la calificación, sino también comentarios de los lectores. Tomemos el ejemplo con los comentarios negativos de una estrella. No hay comentario perjudicial que provenga de México, pero sí hay uno de un lector estadounidense “el libro llegó destruido, la carátula rota y las páginas todas dobladas... lamentable realmente” y uno de España:

esta novela de Conde y las que no lo son hace tiempo que lo único que hacen es explotar lugares comunes de la cubania y la cubanología de Padura. A los lugares comunes hay referencias explícitas, pero la crítica del autor a la situación cubana y menos al régimen es inexistente. Ya ni siquiera se sabe si Padura ya es un cubanoólogo ejerciente porque no vive en Cuba o porque no vive ni de cerca la realidad que describe ni siente obligación alguna de politizar sus textos. Lo peor es que

parece escribir para su público español al que solo interesa el tópico, la pobreza y el jineterismo. Ni rastro de crítica ni de cerca es, como no lo era Polvo en el viento, una novela que no refleja ni el exilio cubano ni el exilio interior. Si con esta novela acaba todos los tópicos y se retira, Padura nos hará un gran favor a todos. Lo siento de verás porque lo leí con interés y lo leí todo. Ni una más. (Amazon, 2022)

Nos damos cuenta de que la primera crítica no concierne al contenido del libro, sino al envío que no tiene nada que ver con la obra de Padura. Resulta que, este comentario negativo y la mala calificación influenciará en la calificación final y en consecuencia al lector. Por suerte, hay más comentarios positivos que negativos. Veamos las opiniones de los lectores satisfechos que calificaron la obra con 5 estrellas: 389 calificaciones totales y 14 con comentarios. Podemos observar de nuevo la separación entre las opiniones de lectores mexicanos y lectores de otros países. Un lector mexicano considera la obra “divertida, cuenta 2 historias que al final se unen. Los lastimados están muy bien logrados y además una de las historias es real” (Amazon, 2022); otro:

me ha gustado siempre la lectura de la serie de Conde en Padura. Creo que la desgracia de un sistema totalitario y que es imposible ya de mantenerse más que con la corrupción inmensa de los mandos medios y altos es muy bien retratada en la mayor de las Antillas y eso vale la pena. Además, muchas de las cosas son aplicables a varios países. (Amazon, 2022)

La mayoría de los comentarios extranjeros están escritos por lectores estadounidenses o españoles. Uno dice «otra excelente novela de Leonardo Padura. Quizás una de las más duras y críticas, y de las que mejor retrata la realidad cubana actual. Pone el dedo en muchas llagas. Una novela imprescindible» (Amazon, 2022). Es posible hacer el mismo tipo de ejercicio con otras obras de Padura, por ejemplo el primer tomo de la serie Mario Conde, *Pasado perfecto*. En Amazon.mx, la obra tiene un promedio de 4 estrellas con 1,240 calificaciones y 81 comentarios. El libro recibe 41% de 5 estrellas, 64% de 4 estrellas, 19% de 3 estrellas, 3% de 2 estrellas y de 1 estrella.

Con esos ejemplos vemos que Amazon es una herramienta completa y muy fácil de utilizar. Amazon pone a disposición varios filtros para seleccionar de manera más fácil y eficaz lo que busca el lector. Puede elegir entre “opiniones principales/más recientes”, “todos los autores de opiniones/ solamente compras verificadas”, “todas las estrellas/5 estrellas solo/4 estrellas solo/3 estrellas solo/2 estrellas solo/1 estrella solo/todas las positivas/todas las críticas”, “todo el texto, imágenes y reseñas de videos/sólo las reseñas de las imágenes

y de los videos”. El filtro del país facilita la búsqueda del lector mexicano que podrá considerar la obra según el criterio mexicano. Por lo tanto, la pregunta sería ¿una discriminación entre los comentarios de países diversos resulta ser importante? ¿Existe un gusto literario mexicano? Vemos que la imagen de Padura en las redes sociales o en los medios es, por lo general, positiva. Recibe comentarios negativos pero la mayoría son comentarios agradables y amenos para mejorar la escritura. No obstante, no hay patrón definido para la imagen de un autor y tampoco obligación de promocionar las obras exponiendo al autor en las redes sociales.

La ciberdemocracia: el lector entre amateur y juez

Obligación no, pero eficiencia sí. La nueva era digital provocó cambios en las perspectivas de la lectura y también una evolución de los papeles de los actores de la recepción literaria: la creación de la ciberdemocracia donde el lector amateur se convierte en un juez. Poco a poco se desarrolló el fenómeno, empezando con los blogs, fórums y siguiendo con la dominación de las redes sociales. Antes del desarrollo de las redes sociales, los lectores podían compartir sus opiniones a través de blogs y fórums especializados o no. Podemos tomar este blog como ejemplo: La lectura de Mr. Davidmore, un hombre de Valencia, no profesional, que decidió crear un blog para dar “comentarios de lectura” (Las lecturas de Mr. Davidmore). El objetivo consiste en escribir una reseña sobre un libro que le gustó o no le gustó para compartirla con personas desconocidas. Muchas veces los bloggers son personas amateurs que no pertenecen al mercado de los libros y no tienen interés en ello. La relación entre los comentaristas de blogs es estrecha y los comentarios y lecturas se hacen como bolas de nieve: si uno lee un libro y lo comenta de manera positiva, creará un interés para el libro y sobre el autor, lo que le sirve como publicidad o al menos hablan de su libro en Internet. En este caso, se expresa una sola persona, pero en otros blogs, dejan la voz a cualquier persona interesada en dar su opinión sobre un libro. Por ejemplo, el blog «Un libro al día» cuya presentación es

Este es un blog sobre libros, escrito por gente a la que le apasionan los libros. Cada día, una nueva reseña. Si quieres participar, escríbenos a colaboraciones.unlibroaldia@gmail.com Para cualquier otro mensaje: unlibroaldia@gmail.com. Los libros objeto de reseña en este blog son elegidos de forma libre por cada colaborador. No respondemos ni atendemos propuestas particulares para reseña. (Un libro al día)

En dicho sitio, encontramos una reseña sobre el libro de Leonardo Padura, *Como polvo en el viento*, la cual provocó 20 comentarios en los que notamos opiniones de personas externas y también la respuesta a esos comentarios de Montuenga, la persona quien escribió la reseña, comentando las opiniones de los demás. Entonces, podemos leer críticas, opiniones favorables de un grupo de amateurs juzgando una de las obras de Leonardo Padura. Lo acabamos de ver, entre más presente esté el autor en los medios de difusión, más factible será que sus libros se vendan. Las redes sociales tienen un papel muy importante hoy en día en la difusión y en la imagen de los productos de consumo, en este caso los libros. El autor se convierte en una marca que se tiene que vender como cualquier otro producto de consumo utilizando los mismos recursos: televisión, radio, videos, redes, encuestas y calificaciones, como lo vemos con las estrellas de Amazon.

Una de las consecuencias de este nuevo fenómeno de recepción es que cualquier lector se puede autoproclamar “experto” de Padura después de haber leído algunos de sus libros o ser admirador de sus novelas. Sin embargo, la crítica de los aficionados es muy subjetiva y se basa en una opinión individual, una descripción resumida de la obra y para algunos lectores en el carácter cualitativo de las obras de Padura:

cuando un escritor llega a esta calidad de expresión de pensamiento, en lo que algunos considerarían un “modesto” “policíaco”, es que ha llegado al punto en que sus personajes son metáforas, en efecto, pero sus novelas son también metáforas que explican e implican a la humanidad. Eso va más allá de los géneros y las modas, e incluso la temporalidad. Se trata de literatura de primerísima clase. (Salvador, 2012, párr. 7)

En ese comentario, no se refiere a la persona del autor, tampoco a sus aspiraciones políticas o a sus crónicas en los periódicos españoles, sino únicamente al trabajo literario. Eso le da una excelente promoción a la obra. Jean-Marc Leveratto y Mary Leontsini lo confirman: “su debilidad [a los modelos de interpretación sociológica], es que subestiman la capacidad de los consumidores para informarse mutuamente con la recomendación de terceros para reducir los efectos negativos del monopolio publicitario”,² (Leveratto y Leontsini, 2008, p. 43). La transversalidad de las investigaciones relacionadas

² La traducción no proviene de fuente oficial sino de la escritora del artículo. «leur faiblesse [aux modèles d'interprétation sociologique], c'est qu'ils sousestiment la capacité des consommateurs à s'informer mutuellement par le bouche-à-oreille pour réduire les effets négatifs du monopole publicitaire».

con Internet permiten una circulación de la información más sencilla. De este modo, las obras de Padura se catalogan en un espectro más amplio, tanto en la categoría “novelas policíacas”, como en la de “novelas extranjeras”, lo que les proporciona una visibilidad más amplia y alcanza un gran panel de lectores.

Además, el amateurismo se pone más visible cuando unos errores se notan en los artículos de bloggers, por ejemplo: “primera investigación de Mario Conde en La Habana franquista en dos épocas diferentes. Hermoso fresco social, como siempre. Padura es un autor excepcional”³ (Babélio, 2018). El carácter preocupante de este comentario en Babélio, sitio de venta en Francia, se ubica en el hecho de que el lector escriba “como siempre”; se supone que no es el primer libro que lee de Padura y por lo tanto confunde a Franco con Castro, España y Cuba. La recepción puede sufrir las consecuencias de contrasentidos de las “críticas” diletantes. La difusión extremadamente rápida e intensiva de la crítica amateur –muy accesible, con un lenguaje más sencillo, menos detallada– le proporciona más peso que los artículos escritos por los universitarios, más elaborados, pero que alcanzan un público más reducido. Los lectores amateurs se dirigen a otros lectores, sin restricción social o cultural. Este tipo de casta «no profesional» se vuelve legítima gracias a su importancia porque está por todas partes de manera instantánea, gracias a su potencia digital y gracias al estatus del lector quien, de aquí en adelante, tiene un papel más creativo y menos pasivo. ¿Sería que el desequilibrio entre las fuerzas de la recepción se esté reforzando hasta la desaparición total de uno de los elementos?

Conclusiones

El planteamiento de esas preguntas nos llevan a reconsiderar la recepción de las obras literarias tanto como el papel que desempeña cada actor del proceso. ¿Dónde se ubica el autor? ¿El lector? ¿Cuál será el futuro de la recepción literaria si todos los participantes se mezclan?

La lectura retrocede cada vez más en el país a pesar de un interés repentino durante la pandemia. El desarrollo del Internet cambió nuestra manera de ver el mundo, de comunicar y también de leer. Lo digital manda e interesa más a las nuevas generaciones, razón por la cual los autores deben de aparecer en la

³ La traducción no proviene de fuente oficial sino de la escritora del artículo. «première enquête de Mario Conde, dans La Havane franquiste à deux époques différentes. Belle fresque sociale, comme d’habitude. Padura est un auteur exceptionnel».

red. Los autores aprovecharon este *boom* del Internet para promocionar tanto sus obra como su imagen, utilizando fotos y videos para seducir al lector. El Internet impulsó el lado mercantil de la literatura y la convirtió en un producto más de consumo rápido.

Gracias a los medios de difusión cualquier persona se autoproclama capaz de juzgar un libro, una manera de escribir y a un autor. Los amateurs tomaron el lugar número uno en cuestiones de comentarios, críticas, calificaciones y promotores. Asumen todos los papeles y sobre todo el papel del juez, lo que pone en riesgo el trabajo y el estatus de los escritores. La ciberdemocracia empezó y no hay manera de detenerla, sólo es cuestión de aceptarla y de sacar provecho de sus ventajas.

Sin embargo, no podemos dar todo el crédito a los autores o a los lectores de la difusión y promoción porque atrás de ellos, escondidas, se mueven las editoriales cuyo trabajo es promocionar al autor y vender libros. Forman parte del proceso y más que eso, crean el proceso de venta y de promoción. ¿Cuál es el papel de las editoriales en el proceso de la recepción literaria? Muchas veces olvidadas, las editoriales tienen un papel muy importante en la difusión de las obras, pero también en la lectura y la recepción. Sería interesante investigar su verdadera implicación y la relación que tienen con los dos otros actores de la recepción literaria: el autor y el lector.

Referencias

- Babelio (2018). “Critiques sur les quatre saisons, tome 1: passé parfait”, *Babélio*. <https://www.babelio.com/livres/Padura-Les-quatre-saisons-tome-1--Passe-parfait/916305/critiques>
- Bueno, M. (2019). “¿Cómo se comportó el mercado editorial en la última década?”, *CERLALC*. <https://cerlalc.org/como-se-comporto-el-mercado-editorial-en-la-ultima-decada/>
- Camacho-Quiroz, R. S. (2013). “La lectura en México, un problema multifactorial”, *Contribuciones desde Coatepec, XIII(25)*, 153-156
- Campos, E. (2020). “La lectura en tiempos de pandemia”, *Uni ver sita ria*, 18-19, <https://revistauniversitaria.uaemex.mx>
- Chartier, R. (2021). “Leer en tiempo de pandemia”, *Nueva Sociedad*, 296, 31-39.El librero de Valentina (2021). “Como polvo en el viento // reseña// descubriendo a Padura // EldV”. https://www.youtube.com/watch?v=lj3MUtWFGDs&ab_channel=ELlibrerodeValentina

- Hütt Herrea, H. (2012). “Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión”, *Reflexiones*, 91(2), 121-128
- INEGI, (2022). “Módulo sobre lectura (MOLEC) 2022”, Comunicado de prensa Núm 191/22. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2022/EstSociodemo/MOLEC_2022.pdf
- Las lecturas de Mr.Davidmore, [blog]. <https://laslecturasdemravidmore.blogspot.com/p/bienvenido-al-blog.html>
- Leonardo Padura: Como polvo en el viento, *Un Libro al día*. <http://unlibroaldia.blogspot.com/2021/04/leonardo-padura-como-polvo-en-el-viento.html>
- Leveratto, J. M. y Leontsini, M. (2008). “Internet et la sociabilité littéraire. Nouvelle édition”, Editado por Éditions de la Bibliothèque publique d'information. <http://books.openedition.org/bibpompidou/197>
- Meza Orozco, N. (2013). “El Top 20 de los países que más leen”, *Forbes*. <https://www.forbes.com.mx/el-top-20-de-los-paises-que-mas-leen/>
- Montero, D. (2018). “Manual básico de redes sociales para escritores”, *ExLibric*. <https://www.exlibric.com/promocionar/redes-sociales-escritores/>
- Ojeda, R. (2016). “Leonardo Padura: ¡No me preguntes qué va a pasar (en Cuba) con Donald Trump, porque no lo sé!”, *El Mostrador*. <https://www.elmostrador.cl/cultura/2016/11/21/leonardo-padura-nome-preguntes-que-va-a-pasar-en-cuba-con-donald-trump-porque-no-lo-se/>
- Opiniones de clientes (2022). *Amazon*. https://www.amazon.com.mx/product-reviews/6070792505/ref=cm_cr_getr_d_paging_btm_next_2?ie=UTF8&filterByStar=five_star&reviewerType=avp_only_reviews&pageNumber=2#reviews-filter-bar
- Redacción (2022). “La pandemia Covid-19 impulsó la lecturas de libros en México”, *El Economista*. <https://www.economista.com.mx/arteseideas/La-pandemia-Covid-19-impulso-la-lectura-de-libros-en-Mexico-20220423-0009.html>
- Salinas, O. (2021). “Pandemia incrementó gusto por la lectura en jóvenes tras el #QuedateEnCasa”, *El Sol de Toluca*. <https://www.elsoldetoluca.com.mx/local/pandemia-incremento-gusto-por-la-lectura-en-jovenes-tras-el-quedateen-casa-6747530.html>
- Salvador, L. (2012). ««Máscaras, de Leonardo Padura», *Lecturas errantes*, recuperado en <http://lecturaserrantes.blogspot.fr/2012/01/mascaras-de-leonardo-padura.html>
- Soto, D. (2023). “Inegi: la población lectora de México registra su mayor disminución en 2023”, *Expansión Política*. <https://politica.expansion.mx/mexico/2023/04/20/inegi-la-poblacion-lectora-de-mexico-registra-su-mayor-disminucion-en-2023#:~:text=En%20promedio%2C%20las%20personas%20lectoras,en%20los%20C3%BAltimos%2012%20meses.>
- Un libro al día*, [s. f.]. [blog]. <http://unlibroaldia.blogspot.com/>