

6-30-2018

Mercado, pulsión, desvalor

Pedro Llanes

Follow this and additional works at: <https://scholarcommons.usf.edu/surcosur>

Recommended Citation

Llanes, Pedro. 2018. Mercado, pulsión, desvalor. *Revista Surco Sur*, Vol. 8: Iss. 11, 52-53.

DOI: <http://dx.doi.org/10.5038/2157-5231.8.11.15>

Available at: <https://scholarcommons.usf.edu/surcosur/vol8/iss11/17>

This DISCERNIMIENTOS is brought to you for free and open access by the Open Access Journals at Scholar Commons. It has been accepted for inclusion in *Revista Surco Sur* by an authorized editor of Scholar Commons. For more information, please contact scholarcommons@usf.edu.

Mercado, pulsión, desvalor

El mercado del libro hispano se conforma año tras año desde las megaferias (la de Guadalajara, Madrid) por los grupos editoriales, agentes, promotores, y por el *ultimate power*, es decir, por el ciberespacio donde los pequeños actores culturales de antaño, desprovistos de lugar luchan a brazo partido por imponer su hegemonía.

Cualquier criterio de valor sobre mercado hay que hacerlo mirando de frente la recepción. Los estudios de recepción en Cuba, en particular los hechos sobre la novela y el cuento, son empíricos, bastante poco confiables. El mercado interno está protegido, según se puede intuir, por la financiación pensada desde un concepto cultural alejado del utilitarismo y la cosificación de la obra de arte, los cuales han fetichizado la parábola casi incongruente, tendida entre el emisor y el receptor.

Los medios conforman el mercado. En el siglo xix las revistas por entrega y el mito de autor, unos ciento cincuenta años después las grandes editoriales, torres de papel en el corazón de las sociedades comunicacionales cuyos símbolos serían el puente y la puerta. El ciberespacio, las bibliotecas digitales y la desoclusión de los espacios cerrados han puesto a la intemperie las culturas para sí con sus esoterismos, apenas protectivos. El gran arte se ha rehecho, ha seguido una línea evolutiva. No creo que Tolstói o Romain Rolland hubieran muerto tantalizados por las leyes ciegas de la oferta.

Pero es cierto que Joyce se quejaba de que *Dublinenses* había sido un fracaso editorial, con desembolsos por más de tres mil francos en sellos y franquicias postales. Algunos críticos lo consideran hoy materia muerta de colegio como tiempo atrás consideraba Petigrelli al Dante. Sin embargo, no existe impedimento para que *Ulysses* y *Retrato del artista adolescente* encabecen la lista de mejores novelas del siglo xx.

¿Se puede estar muerto y a la misma vez vivo? Fuera de sutilezas —Epicteto, Séneca— los paradigmas dentro del arte parecen instalarse de cara a lo contiguo, a lo complementario. Lo nuevo recicla lo viejo, sube la espiral de las formas para reconvertirse. Lo que ha quedado vivo de Joyce pertenece a la mitografía, lo otro es una vasta e inestable estructura que perfila su continuidad al lado de otros muertos famosos: Faulkner, João Guimarães Rosa, Cortázar, Carpentier.

Los diagnósticos de mercado, más allá de la incumbencia estadística trasuntan algún grado de incertidumbre. Las célebres ediciones latinoamericanas Scorza son paradojas del propio mercado. Imaginemos a los cholos, a los empleados de una granja del sur leyendo a Arguedas, a Donoso. ¿Hay en nuestro país mercado para la novela, el cuento? La intromisión de los audiovisuales, el predominio de las imágenes han restringido los espacios. El libro necesita reevaluar su comunicacionalidad en medio de la oleada *light*. La relación emisor-receptor se ha alejado, desnaturalizándose.

La narración echa a manos para sobrevivir de momento en momento a la contracultura que viene de la periferia (lo escatológico en Roberto Bolaño, Jorge Volpi, el colombiano Vallejo, con ciertos retoques en Alberto Guerra, Garrandés, Jorge Ángel Pérez, Rogelio Riverón, véase por ejemplo, «Un día de Alí Khan» de Francisco López Sacha, *La Gaceta de Cuba*, n.5, 2009: el mercado exige también sus monedas, hedonismo, sexualización, causticidad, la lógica cínica *underground*, regente tal vez del ocaso de las utopías.

El boom —sinonimia de Carlos Fuentes, Cortázar, Carpentier, Vargas Llosa, Donoso— pasó el camino de los cambios después de la tardomodernidad. Roberto Bolaño (*Los detectives salvajes*) retrata ya el cronotopo de las sociedades comunicacionales posmodernas, el destino del individuo como paria internacionalizado. Vargas Llosa transitó de *La casa verde*, *Pantaleón y las visitadoras* y *La guerra del fin del mundo* a las estructuras ligeras de *Historia de Mayta*.

El libro necesita reevaluar su comunicacionalidad en medio de la oleada *light*. La relación emisor-receptor se ha alejado, desnaturalizándose.

La narrativa latinoamericana que viene detrás, amén de un cambio de focalización en el orden temático ha definido a las claras su desinterés por los asuntos sociales. Alberto Fuguet y Sergio Gómez idearon la antología *Mc Ondo* cuyo término acuñó el propio Fuguet en *Por favor, rebobinar*. El profesor sureño nos dice allí que «si hace unos años la disyuntiva del escritor joven estaba entre tomar el lápiz o la carabina, ahora parece que lo más angustiante para escribir es elegir entre Window 95 o Macintosh». La realidad ha sido sustituida por la subjetividad, las relaciones de la intrahistoria, por las relaciones del yo, en un panorama virtual «lleno de smog..., edificios en construcción, piscinas llenas de cloro». La privatización, las ideologías neoliberales dictan la tiranía que se deduce en abulia, inermidad, como en la fórmula globalizadora *Mc World* de Benjamin Barber.

He ahí las construcciones más resistentes en apariencia donde todavía transpiran ciertos transuntos teóricos.

El desarrollo en los noventa de la industria editorial asociada a poderosos grupos de comunicación (Alfaguara, i.e., pertenece al grupo Prisa) ha traído un nuevo diseño y reparto de los mercados del libro. En *Manual de literatura para caníbales* Rafael Reich deja sentado hacia el final de la novela que el escritor de las megaurbes no pasa de ser un *constructo*, una elaboración en equipo.

Thomas Mann decía de *El Quijote* que era el libro perfecto para leer en un viaje alrededor del mundo. La gente del metro de Praga o Moscú hace treinta años atrás leía entre estaciones a Bulgakov, a Ajmatova, a Kafka. Ahora los vuelos por encima de los océanos fuerzan al *kleneex*, es decir, lo desechable.

Es el tipo de literatura, según Lisandro Otero, que se compra en los aeropuertos para hacer un viaje y luego echar en el primer bote de desperdicios. Otero la define de «breve, erótica, aventurera y feliz, se imprime por decenas de miles y se distribuye en los supermercados junto con los cereales gringos». Se le puede mirar como consecuencia del diseño de la literatura de masas.

La novela al comportarse de acuerdo con esquemas transitivos construye anécdotas en progresión. Las anécdotas poseen numerosas situaciones, siempre finitas, de alguna manera manipulables. El mercado ha vulgarizado a fuerza de torsión el mundo del libro compulsándolo al desvalor. «El desprestigio que desde el punto de vista de calidad sufre la novela tiene su origen en parte en las leyes devoradoras de mercado y en la banalidad que impregna la cultura de la sociedad moderna», asegura Nuria Amat. Las imágenes, los sonidos estandarizados son los sepultureros del gran arte. La única competencia posible sería para mí la fórmula de la palabra-imagen, de las situaciones-sonido. Solo a través de la iconicidad se podrá desbarrancar el desvalor. Pero el desvalor se ha constituido aporéticamente. No hay más remedio, dicho en otros términos, que asimilarlo.

Bibliografía

- Barrera Enderle, Victor: *Literatura y globalización*, Cuadernos Casa, Fondo editorial Casa de las Américas, 2008.
- Carpentier, Alejo: «El "milagro Scorza"». *Letra y Solfa, literatura, libros*, editorial Letras Cubanas, 1997.
- Fornet, Jorge: *Los nuevos paradigmas. Prólogo narrativo al siglo XXI*, Letras Cubanas, 2006.
- Otero, Lisandro: «Surge la literatura *kleneex*», *Avisos de ocasión*, Ediciones Unión, 2006.

