

Pasado y futuro del libro en papel : la marcha imparable del superventas

Autor(en): **Gullón, Germán**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Boletín hispánico helvético : historia, teoría(s), prácticas culturales**

Band (Jahr): - **(2007)**

Heft 10

PDF erstellt am: **12.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-1047291>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Pasado y futuro del libro en papel: la marcha imparable del superventas

Germán Gullón

Universitet Amsterdam

El libro se halla en una coyuntura fascinante¹. Su formato resulta demasiado inflexible y anticuado para acoger las posibilidades de comunicación del presente, lo que obliga a los editores a realizar denodados esfuerzos innovadores, entre otros, en el aspecto gráfico del volumen, con la introducción de letras fáciles de leer, las portadas bien diseñadas y los formatos atractivos. Su contenido, en cambio, la creatividad humana expresada en palabras, sigue siendo altamente valorado y permanece estable. Nunca antes hubo tantos libros ni tan repletos de excelentes conocimientos en las diversas ramas del saber. Una mirada retrospectiva revela la excepcional trayectoria de los libros impresos, pues en ellos descansan los cimientos esenciales de la cultura humana y, por ello, las bibliotecas nacionales o de importantes centros universitarios constituyen las verdaderas catedrales del saber moderno².

Sin embargo, el libro impreso está marcado y pertenece a una era concreta de la historia universal, la edad moderna (los siglos XVI-XX). Guarda estrechas vinculaciones con las manifestaciones rituales del poder, desde el religioso, la *Biblia* o el *Corán*, hasta el político, los libros de firmas donde las autoridades dejan estampado su nombre. El libro es un formato que sugiere jerarquía, todo Juanito que ha publicado un volumen se cree autor, autoridad. Su

© *Boletín Hispánico Helvético*, volumen 10 (otoño 2007).

¹ Voy a hablar aquí del libro en referencia al formato papel y al *bestseller*. La coyuntura actual resulta fascinante también si consideramos, por ejemplo, la cuestión de los derechos de autor.

² Las mejores historias del libro, como el *Manual de Historia del Libro*, Madrid: Gredos, 2000, de Hipólito Escolar Sobrino, ya empiezan a incluir esta problemática.

defecto es que fomenta la verticalidad de la sociedad, del universo, de los mapas de geografía con sus arbitrarios nortes y sures. Si miramos hacia el futuro, el libro parece un instrumento incorregiblemente inflexible, cuando se le considera en su formato de papel, y muy vulnerable, por el mismo papel, que envejece, se mancha y resulta de difícil transporte, cuando se le compara con el libro digital. No obstante, el futuro del libro, del libro digital y de las digitecas (bibliotecas digitales), me parece lleno de posibilidades por las mil y unas posibles maneras en que se puede presentar.

Caminamos al borde, creo yo, de una revolución, que nosotros tenemos que validar, la que permite la era de Internet, pues supera muchas limitaciones del formato del libro. Hasta ahora el libro de papel estaba sólo en las bibliotecas, y en muchas ocasiones en bibliotecas alejadas de nuestro puesto de trabajo. Debido a esta circunstancia, los profesores pasaban días, semanas, años sabáticos, buscando un volumen. Este derroche de tiempo, de trabajo y de energía, pertenece por fortuna al pasado, con gran pesar de los turistas académicos enganchados en la beca o en el año sin obligaciones formales. Los buenos investigadores, los que buscan libros para fomentar su propia creatividad, no los meros mineros de información, accederán a cuantos libros deseen en el futuro inmediato. Las universidades no tendrán más remedio que unirse, pues la autonomía de las instituciones resulta hoy en día impropia de la wikipedización actual, e incluso deberán abrir sus puertas a mucha gente, porque hay numerosas personas conectadas, con acceso a la información. El acento tendrá que recaer en la creatividad, en la conexión de ideas, no en repetir el lugar común, en citar por enésima vez un sinfín de información. Recuerdo un colega americano que citaba a sus maestros, los libros de los amigos, los pertinentes y los no pertinentes, repitiéndolos en los diversos artículos, y, por supuesto, logró hacerse con una reputación de sabio, que conserva, no por lo que sabe, sino por lo que cita.

El soporte libro ha aguantado abusos frecuentes, pienso en los miles de actas de congresos y congresillos donde se repite lo ya sabido una y otra vez, sin que haya una pizca de novedad, o los libros y los artículos de revista sobrecargados de referencias inútiles, las mismas notas, repetidas mil veces. El libro soporta mucho, las bibliotecas lo guardan (o guardaban) todo y los currículums entierran lo inútil. En el mundo digital esperamos que cambie el panorama, pues, de momento, parece más transparente y horizontalmente organizado.

Un asunto de otro orden, bastante menos positivo, con un desarrollo paralelo al crecimiento del universo del internet, ha sido la liberalización del gusto artístico. Los últimos veinticinco o treinta años supusieron un verdadero calvario para quienes recibimos una educación literaria formal y aprendimos en la universidad a desarrollar un juicio crítico propio. Vivimos una época de mal gusto sin precedentes, cuando los productos de entretenimiento dominan la oferta cultural, impuesta por las gigantes productoras de música y las cinematográficas. El Walt Disney internacional puede servir de logo a esta época. Internet, y aquí la gran paradoja, nos ha hundido en la miseria de los contenidos inanes y, a la vez, salvado, porque podemos elegir los contenidos con una creciente libertad. Hemos pasado de vivir regidos por el odioso *motto* de que las gentes aspiraban a *ser famosos por quince minutos* haciendo cualquier payasada en la televisión a que *para ser famoso basta con que me conozcan unas cuantas personas*, las que leen tu blog o ven tu nombre en una nota de internet. La auténtica creatividad o el juicio crítico iluminador, en cambio, no se pueden comprar ya tan fácilmente con dinero, porque andan repartidos por los mencionados blogs, en las contribuciones a internet, Wikipedia, *YouTube*, etcétera.

Los literatos, muy retrasados a la hora de disfrutar de la liberalización del gusto, permanecen adictos al papel, a la fama lograda a través de la publicación impresa. Siguen mesmerizados por el relumbrón de la imagen de la fama inventada por los reporteros de las secciones de cultura de los diarios y, últimamente, de revistas como *Hola*, sin darse cuenta de que la realidad les ha cogido desprevenidos. La creatividad vuelve pisando fuerte y el dinero tiene cada vez mayores dificultades para monetarizar esa creatividad. El dinero se está quedando con el producto de mal gusto, con la imagen falsa que entorpece la visión de la realidad. Hoy en día los autores juegan a compartir imagen con los famosos, despilfarrando uno de sus más preciados dones: el gusto artístico.

Ha sucedido que el escritor intelectual ha dado paso al escritor mercantilizado. Lo malo es que el dinero va unido a la fama, y ésta en demasiadas ocasiones aparece ligada al poder político. Cuántos escritores, los que suspiraron por ser invitados a la Casa Blanca por Bill Clinton, hoy deben o deberían de sentirlo, pues el icono del poder progresista occidental perdió su brillo en el asunto de Mónica Levinsky. Igual que quienes visitaron la Casa Blanca de George W. Bush experimentarán el sonrojo de prestar su apoyo tácito al fracaso de la política americana actual en el Oriente

Medio. La verdad es que desde 11/9, la realidad nos ha cogido a todos por sorpresa. Al presidente Aznar haciéndose una foto con Blair y Bush, cuando todavía creía que la guerra por el petróleo justificaba la violencia. A Günter Grass la realidad le esperaba agazapada con unos grilletes forjados en la forma de dos SS; tras llevar una vida forjando una imagen de puro izquierdista, la verdad le cortó la carrera³. La época de la imagen impidió a Grass decir la verdad sobre su comportamiento en la juventud. ¿Y quién podría pensar que íbamos a ver al austriaco Peter Handke en el entierro de Slobodan Milosevich? Creo que les he dado suficientes ejemplos de lo que quiero decir, que la edad del resplandor de la imagen, de vender la realidad a través de imposturas, está ya definitivamente sobrepasada, porque gracias a internet y a las cámaras de los móviles, la realidad está al alcance de la mano, y la verdad transmitida mediante las imágenes no puede ser tan fácilmente distorsionada.

Otro aspecto impostergable de la actualidad proviene del concepto mismo de cultura, que se ha ampliado de tal manera que resulta difícil reconocerlo. Ningún ayuntamiento español—o francés o alemán u holandés— con un mínimo de orgullo dejará de incluir en su programa cultural conciertos de música rock, o de gaitas si es necesario, y festines gastronómicos, donde un producto de la tierra es degustado, la paella, la fabada, el cocido leonés, y así. El ciudadano medio se sentiría engañado, y con razón. Otra cosa muy distinta es que, si estudiamos esas manifestaciones, dejemos de señalar las diferencias culturales entre la ingestión de la paella y la lectura de *El Quijote*. O, dicho de otra manera, el interés de la gente por vincularse con las tradiciones de su entorno y el encontrar en ellas rasgos humanos universales. Lo último tiene que ver con la Kultura, lo otro con el folclore local.

Asimismo, la mercantilización del intercambio social ha tenido consecuencias para el ámbito de las letras; basta simplemente con pensar en el inmenso basurero donde yacen los millones y millones de libros de bolsillo superventas, que fueron leídos y descartados, porque se vendieron a la sombra del libro literario, pero en realidad eran impostores. Éste es el primer problema, que el libro de bolsillo, inventado en Inglaterra (Penguin, 1935) y refinado en EE.UU. por Simon & Schuster (Pocket Books, 1939), que trajeron la primera liberación para el comprador de literatura, y que en los

³ La famosa confesión se encuentra en Günter Grass: *Beim Häuten der Zwiebel*, Göttingen: Steild Verlag, 2006.

años ochenta se convirtió, como digo, en un impostor. Su imagen daba el pego, parecía un libro literario cuando en realidad no lo era⁴. Luego veremos la diferencia, de momento me detengo en las consecuencias sociales del fenómeno.

Pocos campos de la actividad humana presente parecen tan interesantes como el de la literatura, porque nunca se publicaron tantos libros en papel y en forma digital, ni ha existido tal número de lectores. Las perspectivas de futuro constituyen un auténtico reto, porque la cultura de masas y la revolución tecnológica de los medios de comunicación nos obligan a repensar, a resituarnos en el campo cultural. La pregunta es si el enorme cementerio de libros de bolsillo descartados por los lectores o la basura digital de internet llegarán a ahogarnos antes de que podamos tomar medidas, de que la creatividad se imponga al mercantilismo. Todo lo antedicho me lleva a una primera conclusión, que parece llegada la hora de sincronizar la visión actual de la literatura con la realidad que percibimos en el futuro inmediato.

Estamos, pues, en un momento crítico, una encrucijada, porque casi todo ha variado de carácter, aunque las funciones siguen siendo las mismas. Por ejemplo, la situación de los diferentes actores en el campo cultural relacionados con la literatura permanecen prácticamente inmutables, aunque algunos sigan confundidos respecto a su función, y se produce un cierto travestismo con respecto al papel que corresponde a las editoriales, a los profesores y a los críticos, entre otros. Está claro que los productores de libros de literatura, los editores, son comerciantes, hombres de negocios, y sus intereses son monetarios. A veces uno escucha a un editor y parece que su propósito es otro. Por supuesto que hay editores pequeños cuya meta es diferente, pero al final del camino, si no ganan dinero no son editores sino filántropos o receptores de subsidios públicos. Para los que tienen un interés cultural en la literatura, por ejemplo, los centros como el Ateneo o el Círculo de Bellas Artes de Madrid, o las bibliotecas, su propósito principal es fomentar la lectura. Asimismo la crítica tiene como meta el fomentar la lectura y además señalar las variedades de literatura que existen, por ejemplo, si un libro es principalmente una obra de entretenimiento o de literatura propiamente dicha. Los lectores, por su lado, tienen metas diferentes más personales, desde entretenerse con un libro hasta quienes buscan explorar los

⁴ Michael Korda lo explica con gran claridad en su libro *Editar la vida: Mitos y realidades de la industria del libro*, Barcelona: Debate, 2005.

entresijos recónditos de la obra de arte, porque una educación superior se lo permite⁵. La parte que les corresponde a los autores resulta hoy en día, y en España, más borrosa. Dejo de lado, por el momento, a los autores, de quienes me ocupé en otro lugar⁶.

A pesar de la palpable ebullición del campo cultural, los profesores y los críticos suelen quejarse amargamente de la situación en que nos hallamos. En el otoño del 2006 hice una encuesta sobre la lectura en mi clase de introducción a la literatura española. La rellenaron 27 de los 37 estudiantes, y a la hora de elegir el tipo de lector que son, una tercera parte se declaró como lector ocasional. Es decir, un tercio se piensa como lector que lee libros de literatura cuando le caen en las manos por casualidad, porque tiene que estudiarlos o debido a que se los regalan. El resto, menos uno, se sienten lectores comunes, que leen, pero sin que su actividad cultural principal se base en la lectura. La televisión, el cine o internet, cubren sus necesidades intelectuales. Sólo una respondente, una estudiante mayor, se declaró lectora aficionada, que compra libros y activamente busca información sobre las novedades editoriales. Les recuerdo que hablo de estudiantes de literatura española de una de las principales facultades de humanidades de Europa, la de la Universidad de Ámsterdam. Si los estudiantes de letras no consideran la lectura como una actividad principal, creo que es hora de tomar las medidas a la cuestión. Mi primera observación general es que los estudiantes rechazan de plano el estudio, la presentación de la literatura apoyada en una normativa tradicional, que exige sin mayores explicaciones que es necesario leer libros de literatura para obtener una buena educación humanista. Creo que rechazan la norma y los libros porque vivimos en una sociedad mediática que ha diversificado las maneras de alcanzar una plenitud personal, y la juventud la busca en medios no verbales o, simplemente, no la busca.

El rechazo de la literatura, siempre y cuando vaya unido al libro, va a seguir. Pienso que estamos encerrados en un círculo del que es difícil de escapar, el del libro impreso. Toda la institución literaria está basada en el libro impreso, sin él parece que no hay futuro. Quizás nos convendría salir de ese círculo, y situar lo literario en la letra, que no necesariamente tiene que venir impresa

⁵ Pierre Bourdieu (1979): *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*, Madrid: Taurus, 1988.

⁶ Germán Gullón: *Los mercaderes en el templo de la literatura*, Madrid: Caballo de Troya, 2004.

en papel. Esa revolución no la van a efectuar las editoriales, que viven del papel, la emprenderá otro tipo de gentes.

O sea que lo que nos compete a los profesores universitarios y a los críticos es preservar la literatura, que en tiempos fue oral, luego impresa, y hoy, poco a poco, multimediática. Y, del tiempo presente, el libro que se ha convertido en la estrella de nuestro tiempo, el superventas o *best seller*, es un producto comercial muy rentable. Recuerden, por favor, lo dicho hace un momento. Las editoriales publican para vender, y el superventas es para ellos un salvavidas económico. En el mundo de la edición no hay milagros, sino mercadotecnia y empaquetado; los editores no engañan. Nuestra competencia reside en ver si tiene calidad o no, y desde luego no confundirnos de cuál fue el propósito de quien lo escribió o del que lo publica con el del lector. En otros tiempos fue distinto, hoy no.

EL VALOR DE LA LITERATURA EN LA SOCIEDAD ACTUAL

El deterioro de los fundamentos de la Institución Literaria tradicional resulta cada día más evidente. Nos estamos quedando con un enorme andamiaje, los edificios de las editoriales que debido a la informatización y a los despidos de personal redundante se quedan grandes, las bibliotecas universitarias repletas, que tienen que recurrir a almacenes anexos para guardar los excedentes, librerías ahogadas por las pilas de libros de bolsillo, montones de volúmenes con el mismo título, los que vemos anunciados por todos lados, incluso en la televisión. Todo ello amenaza con quedar anulado cuando se produzca el apagón analógico y el reinicio digital. De hecho, el número de libros que se venden en España sólo crece al ritmo de la inflación, según el editor Emiliano Martínez, es decir, que no crece, pero lo más grave, a mi modo de ver, es que el soporte básico, el valor atribuido a la literatura en la sociedad española actual y en el ámbito del hispanismo europeo, está a la baja. Los que defendemos la literatura somos una minoría. No es sólo que la gran divisoria de edad, situada entre los menores de 35/40 años y los mayores, la haya fracturado, situando a unos ante la pantalla y a otros, como yo, a medio camino entre el papel y la pantalla. Es que la comercialización de la vida social, unida al traspaso de las responsabilidades individuales al colectivo social han sido decisivas para que la literatura de calidad, y ya veremos a que me refiero con ello, pierda activos importantes en el mundo cultural. Todo parece tener un código de barras, y el consumo se

ha convertido en el ansiolítico de preferencia de la gente, como indica Gilles Lipovetsky⁷ y, a la vez, los individuos caemos pronto en la trampa de sentirnos víctimas de la sociedad. Menudo alivio supone saber que mis años de fumador no fueron culpa mía, sino de las compañías de tabaco que me engañaron y obligaron a comprar los añorados cigarrillos Winston.

El ciudadano medio de los países occidentales a comienzos del siglo XXI existe en un hábitat mercantil, donde todo tiene un valor monetario, desde la casa donde vive hasta las actividades que desarrolla, el ocio, el deporte, o lo que sea. La mayoría de las personas ejercitan con gusto su poder de consumidor en ese espacio donde reinan las leyes de la oferta y la demanda (*shopping*), que comienza en una primera compra y se perpetúa en las transacciones de e-Bay *forever*. La sociedad del bienestar social provee una red de protección social, y si el individuo se equivoca en su elección aduce su condición de víctima y se deshace así de toda responsabilidad personal. El individuo de esa manera se infantiliza, pues la creencia en la justicia social le ofrece ayuda y seguridad en el colectivo. Y digo que es infantil porque nos hace sentirnos como los niños que creen a pies juntillas lo que dicen sus padres, el gobierno o los poderes sociales.

El contrato social de la literatura resulta de muy otro orden. Supone el encuentro con otra persona, la voz que habla en el texto, con la que dialogamos en un pacto autor-lector hecho en absoluta libertad entre dos seres buscando comunicarse experiencias. Hoy en día, esos pactos de responsabilidad compartida pierden validez en la cultura del victimismo actual del ciudadano consumidor. El componente voluntario de la lectura se difumina, porque cualquier actividad resulta susceptible de ser manipulada. Mas no todo está perdido. Lo que sucede es que debemos realizar un esfuerzo superior del hecho hasta este momento. Hay que ser realistas. Lo que sigue aquí tomémoslo como una purga que quizás nos ayude a mejorar.

La institución literaria se organizó a partir del romanticismo a modo de un inmenso escenario teatral. Las excelsas figuras literarias fungían a modo de actores o sacerdotes, Byron, por ejemplo, y se hacían pasar por seres dotados de una espiritualidad especial, casi diríamos religiosa. Lo que sí tenían, como cuantos artistas de la palabra han sobresalido, era un sistema perceptual diferente. Esta

⁷ *La era del vacío. Ensayos sobre individualismo contemporáneo*, Barcelona: Anagrama, 1998.

sacralización del artista hizo que la institución literaria resultara afín con las maneras autoritarias y autosuficientes de actuación, un poco como las dictaduras. Los dictadores, y muchos políticos, gustan de aparecer en ampulosos escenarios, piensen en la Rumania de Ceaucescu o la Corea del Norte actual. Los autores se acostumbraron también a disfrutar de los beneficios de un estatus aparte, de un trato privilegiado, y a que su palabra fuera tomada como palabra con autoridad. Academias, premios Nóbel, etcétera, les hicieron partícipes del espectáculo de la fama y del poder. Sin embargo, hoy en día, cuando la teatralidad queda reservada para algunos escritores mayores, el mercantilismo ha conseguido que la institución literaria revele su pacotilla, y que sus escenarios tengan la dignidad, demasiadas ocasiones, de los de un casino de Las Vegas. Digamos que se nos fue el tiempo con la teatralidad de la literatura, y dejamos de lado el consolidar lo fundamental: el valor de lo literario. Hoy, cuando faltan 5 minutos para las 12, nos damos cuenta de que quizás la palabra literaria está prisionera del libro de papel, que ha perdido su dignidad, y viene marcada por los códigos de barras y quizás con fecha de caducidad, desde luego el papel la tiene, y los contenidos probablemente también.

Uno de los problemas que hoy nos acompañan a cuantos dependemos como profesores, universitarios o de escuela secundaria, económica y espiritualmente, de la institución literaria proviene de la difícil manera con que podemos justificar el valor de nuestro producto para la sociedad actual. El futuro se revela auténticamente esquivo, en gran medida debido a que no sabemos responder claramente a la pregunta: ¿dónde reside el valor de la literatura? Cuando me enfrento cada año a la nueva promoción de estudiantes holandeses me cuesta justificar mi propuesta de trabajo objetivamente. Yo sé que ellos deben ganarse la vida con una profesión, y todas las relacionadas con la literatura, fuera de la enseñanza, resultan más dificultosas (traductor, editor, redactor de una revista) y ofrecen de entrada perspectivas limitadas. Nuestros colegas retro siguen empeñados en mantener la farsa de la literatura como ejercicio de contra social, y disfrazados con barbas y panas abordan temas como la guerra civil o el exilio, poniendo a cada uno en su sitio. Practican el evangelio según san Alternativo, y destierran muertos e invocan fantasmas con una desfachatez que asusta. Los que poseemos menos dotes de actor buscamos caminos en las relaciones entre el cine y la literatura y en los estudios culturales, y sobrevivimos con el agua al cuello. Pero la pregunta sigue sin respuesta: ¿dónde reside el valor literario?

La verdad es que nadie ha conseguido dar una contestación satisfactoria. Hay muchas, pero convincentes ninguna. Como ven, me dirijo principalmente al primer componente de mi charla, lo literario, porque precisamente con la aparición del superventas la búsqueda de la respuesta se ha hecho urgente. Ya lo he dicho en otras ocasiones, cuando la gente me pregunta si *La sombra del viento*, de Carlos Ruiz Zafón, o *El código da Vinci*, de Dan Brown, me parecen literatura, mi respuesta es indefectiblemente que no y que sí. Lo dejo un poco en el aire, porque no cumplen con las exigencias de estilo y de relevancia temática que yo como lector profesional exijo, pero al mismo tiempo, la popularidad que gozan por su contenido de entretenimiento, que se ha traducido en unas enormes ventas, no pueden ser obviadas.⁸ Y así llegamos al corazón del asunto. La literatura de entretenimiento, gracias a sus ventas, resulta fácil de valorar, pues hay un importante grupo de lectores que las aprecia. Los literarios suelen alcanzar su éxito mediante el apoyo de otros autores, caso de Vargas Llosa con Javier Cercas o Francisco Umbral con Juan Manuel de Prada, y por supuesto, porque cumplen, aunque no siempre, con las dos premisas antes mencionadas, un buen estilo y un tema relevante.

El valor del arte recibió un enorme golpe con el arte del siglo XX y el definitivo se lo dio Andy Warhol, cuando las marcas comerciales y sus pegatinas y envoltorios comenzaron a disputar un puesto en el universo artístico. Enfocó un verdadero dilema. El mayor problema para decidir qué arte es mejor, si el alto o el bajo, es que no lo podemos saber, porque nadie puede psicológicamente entrar en la sensibilidad de otro. O sea que lo que yo siento leyendo unas páginas de Juan Rulfo no puede considerarse superior a lo que experimenta alguien leyendo novelas de Corín Tellado. Eso es así, y como argumenta John Carey, incontrovertible⁹.

El valor de una obra de arte es algo que cada lector le asigna al texto. Unos se lo asignarán a un superventas y otros a una elevada obra de literatura. Tampoco, y me lo temo, el gran arte parece superior en nada al de un superventas, excepto en el efecto que tiene sobre su audiencia.

Espero que ustedes, lectores, no estén entrando en una crisis de identidad, ni a quienes entre ustedes sean expertos en lengua y

⁸ Se han impreso unos setenta y cinco millones de copias de *El código da Vinci* hasta el momento. Tomo la información de Jascha Hoffman: *New York Times Book Review*, 15-IV-2007.

⁹ John Carey: *What Good Are the Arts?*, Faber and Faber, 2005.

literatura les parezca que les estoy quitando sus méritos. No es así. Estoy tratando de ser realista y de indicarles un camino diferente. Recuerden que los mismos autores no están de acuerdo sobre el valor de otros; a Benet no le gustaban ni Balzac ni Galdós, a Tolstoy no le gustaba Shakespeare, y así.

Carey menciona otro elemento, además del nivel de sofisticación del uso de la lengua, que además del estilo puede servirnos como punto de partida importante para calibrar la importancia y el valor de la literatura. La lectura literaria pura, dice el crítico inglés, es la que te hace pensar, cuestionar tu situación personal en la vida, la identidad, los problemas sociales, de relaciones con otros, etcétera.

SOBRE LA VALIDEZ ATEMPORAL DE LA LITERATURA

¿Es la buena literatura válida para siempre? La respuesta resulta difícil de formular. Pienso incluso que ha llegado el momento de clasificar a las novelas desde el punto de vista de su caducidad. Las hay que merecerán el aprecio por años y otras por meses. Quizás habría que reflexionar de nuevo sobre esta premisa. Por lo menos decir que pocas obras comparten tal aspiración, y, por otro lado, que las escritas para una determinada ocasión, digamos un premio literario, pueden suscitar un alto interés lectorial. *La segunda mujer*, de Luisa Castro¹⁰, me parece un ejemplo clarísimo de lo dicho. La autora gallega despliega en el texto una lengua normal, un vocabulario sencillo y una sintaxis correcta. No obstante, la obra me interesó porque la historia narrada tocaba ciertas cuerdas personales. Se trata de una separación matrimonial, donde un miembro de la pareja es mayor y de muy distinta extracción social. Sé que tras el nombre del protagonista se esconde el de un hombre de carne y hueso, un conocido filósofo catalán. La novela ganó el premio Biblioteca Breve 2006. Nada en la obra resulta destacado a nivel literario, pero la novela fue elegida ganadora de un premio y luego publicada en una colección donde figuran desde Mario Vargas Llosa, Carlos Fuentes, a Juan Marsé. Insisto, el mérito literario reside, en mi opinión, en que consigue suscitar el interés del lector, quien deseará saber cómo se resuelve una cuestión tan actual, un divorcio, salpimentado en este caso con una evidente desigualdad personal. El desenlace, a mi entender, queda cojo, pues la narradora no dice por qué se casó con este hombre, circunstancia sólo explicable por el deseo de aprovecharse

¹⁰ Barcelona: Seix y Barral, 2006.

de su fama. El texto niega tal razón, presentando a la protagonista, Luisa Castro, como la mejor escritora de su generación, lo que se puede interpretar como que la fama del cónyuge no le hacía falta. Ningún lector encontrará en el libro la solución al dilema de si se casó por la fama o de si la narradora poseía ya suficiente personalidad propia para soportar los halagos hechos por la fama a su marido. La novela interesa por el tema planteado con una cierta bravura por la novelista, aunque el cierre de la obra nos deje con la convicción de que la conciencia de la narradora no ha resuelto en su interior el dilema que plantea.

La ficción, fuertemente autobiográfica, desdice del prototipo de la novela superventas, porque se basa en una experiencia personal y viene contada con una legítima ambición literaria. Los lectores coincidirán en comprender que posee un elemento perteneciente al ámbito literario, artístico. No se trata de un texto basado en la investigación, al contrario, lo mejor del libro es, como diría Milan Kundera¹¹, que pretende revelar al lector el alma de la historia contada, su verdad existencial. La Historia, según el escritor checo, se preocupa de la verdad de los hechos, al tiempo que el cometido de la literatura pasa por desvelar la existencial. Los hechos de una vida se pueden ordenar en una biografía o, como hace la autora gallega, en una novela para que nos ofrezcan una verdad existencial.

ASPECTOS DEL SUPERVENTAS

El superventas es un tipo de libro, originario de los Estados Unidos, que se vende fácilmente y en grandes cantidades. Nació cuando los editores descubrieron la posibilidad de comercializar volúmenes baratos fuera de las librerías, por ejemplo, en un kiosco de prensa. La popularidad y el éxito del superventas tuvo dos consecuencias importantes para los libros de creación, en particular para la ficción; por un lado, el libro se convirtió en un producto de masas, y, por otro lado, hizo que el elemento de tensión del argumento, la intriga, predominara sobre cualquier otro, como pudiera ser el aspecto estilístico.

Arturo Pérez-Reverte argumenta, en un trabajo recogido en *Territorio Reverte*¹², que el tipo de superventas anglosajón tiene como objetivo único el mercado y que las obras suponen un

¹¹ Milan Kundera: *Le rideau*, Paris: Gallimard, 2005.

¹² José Manuel López de Abiada - Augusta López Bernasocchi (eds.: *Territorio*

ejercicio de acción y de entretenimiento sin ningún fin cultural ulterior, mientras el superventas europeo suele reposar en la amplia cultura del continente. Es decir que la identidad del libro americano, si se me permite la expresión, carece de sostén cultural, mientras el europeo se apoya en la larga lista de obras que componen nuestro canon literario, de Dante a Cervantes y Flaubert. Cabe aceptar en grandes líneas esa dicotomía si pensamos en Stephen King o similar. Pero hay otros autores que, como el propio Dan Brown, ofrecen un poquito más.

Pérez-Reverte asimismo define la novela como “el planteamiento de un problema narrativo basado en la acción, pensamiento, o la combinación de ambos, y la resolución de ese problema mediante las herramientas más eficaces, trama, personajes, estilo y estructura, que el autor sea capaz de aplicar en su trabajo” (p. 362). Podemos aceptar la definición como un primer intento. Pero lo importante no son tanto las definiciones como las prácticas, y aún aceptando que Pérez-Reverte es un excelente escritor de entretenimiento, los materiales que usa no resultan materiales literarios de primera mano, pues en sus textos asoman numerosos tópicos estilísticos. He elegido un solo ejemplo de su popular obra *El Club Dumas* para ejemplificar lo dicho:

Liana Taillefer figuraba, sin duda, en la segunda categoría. Era alta y rubia, de piel blanca y movimientos lánguidos. El tipo de mujer que emplea una eternidad entre extraer un cigarrillo y expulsar la primera bocanada de humo, y lo hace mirando a los ojos del interlocutor masculino con el tranquilo aplomo que proporcionan cierto parecido con Kim Novak, unas medidas anatómicas generosas, casi excesivas, y una cuenta bancaria – heredera universal del finado Taillefer Editor, S.A. – respecto a la que el término solvente resulta un tímido eufemismo.¹³

La diferencia primordial con respecto a un superventas, pienso yo, la encontramos aquí perfectamente ejemplificada. Los libros de literatura vienen regidos por un yo, y los movimientos internos de la persona individual predominan en el texto y gobiernan la acción, mientras en el *bestseller* encontramos que el narrador es una ficción del yo. El superventas nunca descubre nada nuevo sobre el

Reverte: *Ensayos sobre la obra de Arturo Pérez-Reverte*, Madrid: Verbum, 2000). La paginación de las citas de este libro figura entre paréntesis en el cuerpo del texto.

¹³ Arturo Pérez-Reverte (1993): *El Club Dumas o La sombra de Richelieu*, Madrid: Punto de lectura, 2000, pág. 51.

hombre, los hechos que se acumulan para organizarlo ya llevan dentro de sí mismos la respuesta.

Debe quedar claro que no fallamos a favor de una u otra experiencia cultural, la superioridad de una experiencia sobre otra, hablamos de su diferencia cualitativa. La mayoría de los lectores prefieren el superventas, las obras donde el cliché predomina sobre la representación de una realidad compleja, sin respuestas sencillas para los problemas humanos. Lo que no aceptamos es que se analice el superventas como si fuera una obra de literatura. Podemos hacer una descripción cultural, pero nunca llegar a concluir que es una obra literaria.

Así queda claro por qué debemos seguir hablando del superventas dentro de la universidad, como hacen con distinción en la de Berna, para describir su impacto cultural, pero sin engañarnos respecto a su función literaria.

CONCLUSIÓN: SOBRE LA INELUDIBLE CALIDAD DE LO SUBJETIVO

Cierro estas líneas aludiendo en términos sencillos a una postergada tarea de los profesionales de la enseñanza de la literatura, quizás la única importante que nos queda: la de cooperar en el mantenimiento de la calidad personal del alumno, ampliando mediante la lectura crítica su conciencia. Por supuesto, no podemos obviar su educación en lo referente al uso de la lengua, de la historia y demás, pero la tarea esencial del profesor de literatura resulta enseñar al estudiante a sentirse ser humano con la mayor plenitud posible, valiéndose de textos donde los personajes, semejantes nuestros, aparecen representados con vigor y diversidad.

Los seres humanos poseemos una amplia experiencia de conciencia. No es que en cualquier momento estemos concientes por igual. El nivel alcanzado cuando leemos un periódico en el metro difiere del logrado cuando consultamos un libro en la biblioteca. También la unidad de conciencia desarrollada mirando un partido de fútbol difiere de la experimentada leyendo. La educación humanística se basa precisamente en conseguir que los estudiantes vivan cuantos más momentos de conciencia subjetiva de cualidad posibles, por medio de los estudios de filosofía, de historia, de arte, de literatura. El sentimiento de pertenecer a una elite intelectual proviene últimamente de la experiencia derivada de alcanzar un alto estado de subjetividad.

La experiencia de conciencia subjetiva lograda leyendo un superventas como *El código da Vinci* difiere enormemente de la que

alcanzaremos mediante una novela literaria. ¿Por qué? Por la simple razón de que los superventas están elaborados en buena medida de lugares comunes, sus descripciones tienden a ser tópicos, y si bien consiguen despertar el interés hacia ciertas actuaciones humanas, éstas jamás llegan a los límites de la conciencia, es decir, que no penetran en las galerías del alma de que habló Antonio Machado.

PUBLICACIONES DE
EDITORIAL VERBUM

