

ANA GALLEGO CUIÑAS / EL VALOR DEL OBJETO LITERARIO (*)

(*) Esta investigación se ha llevado a cabo gracias al auspicio del programa español «Ramón y Cajal», así como del Council on Latin American and Iberian Studies of the McMillan Center de la Universidad de Yale (al que fui invitada por Aníbal González en el otoño de 2012) y al Proyecto I+D+i LETRAL (FFI2011-25943) del Ministerio de Economía y Competitividad de España.

El valor

Ni la literatura ha existido siempre ni la noción de literatura es universal ni su valor es hegemónico. La literatura es «todo lo que la institución literaria define como literatura en cada momento histórico y cada espacio cultural» (Sarlo, 1997: 55). Huelga decir que dicha «institución» se refiere a la academia, los programas educativos, los manuales de enseñanza, las antologías, el canon, la industria editorial, las revistas, los medios de comunicación, los premios literarios, el criterio de autoridad de escritores, críticos y profesores, las citas y demás agentes del aparato literario, que constituyen *formas* de transmisión del poder hegemónico. Y ninguna de ellas se zafa de los dictámenes que impone el mercado global cultural y/o económico: su lugar de enunciación, difusión, canales de circulación y mecanismos de consagración. Esto es: ninguna escapa a la problemática del valor literario.

La discusión teórica sobre la tasación del valor tiene una trayectoria relativamente corta y discontinua (Luckás, Benjamin, Adorno, Barthes, Bajtín, Rànciere) que ha sido «exiliada» de la historia de la literatura. ¿Por qué? ¿Quién evalúa? ¿Cómo se ejecuta esa valoración? Lo primero que hay que tener en cuenta es que el valor es contingente, relativo, mutable, diverso y variable (Herrnstein, 1991: 2-28). El valor, como la literatura, está siempre en movimiento, en devenir (Deleuze, 1996), y responde a determinadas dinámicas sociales, políticas y económicas que difieren en el tiempo y en el espacio. Así, a decir de Barbara Herrnstein (1991: 13-14), el juicio del valor literario está articulado en dos lógicas: la audiencia (condiciones de recepción y/o mercado) y la social (ideología). Es fácil inferir pues que la literatura ha conservado y perpetuado los valores de la clase hegemónica: la burguesía que impone un modelo normativo etnocéntrico que dirige el comportamiento y la relación entre los agentes del aparato literario dentro del mercado capitalista. Hay pues un doble discurso: humanista y económico que remite a la sempiterna división dialéctica entre academia y mercado.

La función histórica de la academia ha sido la evaluación de la literatura sobre la base del valor estético (lenguaje y competencias verbales) como propiedad inmanente (sic) al texto, a través del uso de herramientas hermenéuticas. Asimismo se ha evaluado la misión didáctica de la obra, que habría de transmitir los valores tradicionales de la cultura del pasado (Herrnstein, 1991: 10). Sin embargo, el estatus valorativo de la crítica está al albur de juicios canónicos «invisibles» («*value creates value*»), extrínsecos al texto, que no se debaten puesto que habrían de cuestionar el estado de la disciplina y su *modus operandi*. ¿Por qué una obra literaria no es tan buena como otras? (Herrnstein, 1991: 10-18).

De otra parte (o de la misma) tenemos el mercado. Evaluar una obra literaria es valorar su potencial valor para otros (Herrnstein, 1991: 5) y ese «otro» comporta ya —como afirmaba Héctor Libertella— un «mercado». El primer parámetro de valoración lo establece el editor, que estima lo que es publicable y lo que no (1), así como clasifica el texto en colecciones según géneros literarios, lenguas, campos, temas, etc. Esta dimensión es abordada sobre todo desde la sociología

de la literatura: la historia del libro es orillada por el campo teórico crítico. A la vista de las variables expuestas, es muy difícil calibrar el valor del objeto literario. Más aún en la actualidad. *De gustibus non disputandum est?*

El objeto literario en la actualidad

La falta de precisión de los contornos del objeto literario hoy día viene acompañada de la crisis epistemológica que acusa el campo de la crítica, y del cuestionamiento de la validez absoluta de categorías como «autonomía», «obra», «autor», «identidad» y «valor estético». La desarticulación, el desplazamiento y la resemantización de estos conceptos dan lugar a un cambio de episteme que compromete el futuro de la disciplina literaria, poniendo en primer plano la problemática de la perspectiva del investigador y su estrategia para situarse en el campo. A esto se suman las luchas dentro de la academia por un capital intelectual al abrigo de modas metodológicas «ensimismadas» (verbigracia, los estudios culturales, poscoloniales, subalternos, transatlánticos, mundiales, etc.) donde lo que se pone realmente en juego es el posicionamiento profesional del crítico, no la constitución conceptual de un campo (el conocimiento), sino el reconocimiento (véase Morgan, 2013) en un «ghetto» muy reducido de especialistas.

Al albur del panorama crítico actual, podemos señalar *grosso modo* dos *formas* de lectura hegemónicas: global (posnacional/universal/cosmopolita) y local (nacional/marginal/periférica), que se superponen y cruzan en muchas ocasiones e implican posturas políticas que no hay que obviar. No se trata aquí de caer en la trampa de Casanova (2001) y proponer una cartografía dicotómica del sistema literario, sino de evidenciar *formas* de «apropiación» mediante actos de interpretación que construyen «valor». Hasta la fecha, como he anunciado, se ha perpetuado un «centralismo esteticista» enunciado desde la clase media (la «alta cultura») y desde centros hegemónicos como París, Barcelona, Nueva York, Buenos Aires, etc. (Achúgar, 2006: 205). Solo valoramos (vemos/leemos) los objetos que entran en nuestro horizonte hegemónico, ideológico y estético, obviando «otros» con un valor alternativo. Aunque deberíamos ser capaces de armar «comunidades» (2) (en la línea de Nancy, Negri y Hardt, entre otros) de interpretación con «sistemas de valores autónomos» (no mundiales ni universales) que se avengan a las especificidades de «otros» objetos culturales (Achúgar, 2006: 205-207) alejados del canon y del mercado académico.

De otro lado, es claro que el lugar de la literatura ha cambiado en el campo de la cultura contemporánea y que ha sido desplazada por los medios audiovisuales: lo social ha sido sustituido por lo cultural, donde la especificidad literaria se diluye y el libro ha perdido su hegemonía. Antes el objeto literario tenía una posición destacada en el campo de producción simbólica cultural, al mismo tiempo que era socialmente significativo en los contextos nacionales, asociado a la construcción de la identidad y a la tradición. Pero la literatura ya no es el único discurso que narra la identidad; y la ficción se asocia al ocio

(1) Dejo a un lado la autoedición, que no implica ninguna evaluación.

(2) Esto es: individuos que respetan sus diferencias sin caer en posiciones de dominación.

ya al entretenimiento, ya no al compromiso ideológico o al pensamiento crítico. De ahí el desarrollo de los estudios culturales y de la literatura comparada como estrategia de supervivencia de la disciplina en el mercado académico, que redunda en muchas ocasiones en un relativismo del valor estético asociado a la «alta cultura» (Sarlo, 1997: 58-60) y que pondera el diálogo de la literatura con la «cultura popular» hasta llegar a reemplazarla (Beverly, 1996: 139).

Así el primer parámetro de lectura señalado, el «global», apunta a una literatura que no se asimila totalmente a la representación nacional sino a un objeto «mundial» cuya única marca de identidad es la lengua. En rigor, el sistema literario en los últimos años se ha expandido ferozmente fuera de las fronteras nacionales (3), hasta el punto que cierta ficción se ha desterritorializado amén de la globalización capitalista y tecnológica, la mundialización de la cultura, la movilidad, la digitalización, el imperialismo de ciertas lenguas (véase Casanova, 2001) y los flujos de intercambio transnacionales. Esto se cristaliza tanto en la creación literaria como en el espacio de recepción de los textos, insertos ambos en las condiciones que imponen el mercado editorial (el uso de un lenguaje más «consumible», «traducible») y el mercado académico (el uso de determinados marcos teóricos). A su vez «lo global» supone un término «neutralizador» que asimila el objeto literario a un modelo dominante más «legible» (vendible), como evidencian los catálogos de las grandes empresas editoriales donde circulan estos textos que se «leen» como «globales». En otro costado, el segundo parámetro de lectura, el «local», se aplica a textos literarios que se «leen» al socaire de tradiciones nacionales y que ponderan el uso de un lenguaje «localista», «oral», «ilegible» («difícil» de consumir). Representan la «subalternidad» y circulan en editoriales independientes —o en «otros» formatos— que fraguan su valor en el capital simbólico dentro del marco de una comunidad de lectores especialistas o «privilegiados». Al margen de estos dos paradigmas hegemónicos de lectura, ¿es posible otra *forma* crítica de leer literatura?

Visibilidad

El mercado editorial

La masiva transformación de los productos culturales en objetos de consumo después de la Guerra Fría y la proliferación de formas de producción editorial transnacionales se ha traducido en el caso de la literatura en lengua española en la clara preponderancia de capital español en América Latina. Toda vez que en el desarrollo de un paternalismo cultural —neocolonial— por parte de España, que habría de fomentar la integración en un sistema literario transnacional en detrimento de la exaltación de las identidades nacionales. La ilusión de cohesión social y la nivelación de la cultura que ha promovido el

mercado español ha devenido en la homogeneización de cierta literatura, fruto de un tiempo globalizado y un espacio transatlántico. En otra parte se sitúan las editoriales independientes, pequeñas y diversificadas, que van adquiriendo un lugar preponderante en los últimos años que les ha permitido sobrevivir en el campo de la edición y hacer frente a la presión de los grandes grupos garantizando la bibliodiversidad. Aun así, el ámbito de actuación de estas editoriales sigue siendo muy local, es frágil y corren el riesgo de ser absorbidas por las prácticas monopólicas de los grandes grupos. Entonces,



el *quid* de la cuestión estaría en cómo el aparato literario concibe la «visibilidad» (véase Ránciere, 2009), en la problemática de la circulación y de la recepción del texto, puesto que cada mercado (global o local) comporta un tipo de visibilización y de comunicación diferentes. Es decir: no se puede equiparar al lector porteño que compra en Buenos Aires «literatura argentina» al lector español que compra en Barcelona «literatura argentina». Al igual que no es lo mismo aparecer en la escena literaria bajo el rubro de un sello independiente que bajo el de un gran conglomerado. Los escritores que apuestan por una editorial independiente nacional venden sus textos al consumidor local, y se mueven casi en exclusiva en los circuitos del país. Con esta decisión editorial, este tipo de autor pone en práctica una suerte de poética de la resistencia. No se trata de una denuncia, sino de resistir las dinámicas de consenso y homogeneización del mercado transnacional para vindicar determinadas referencias, marcas nacionales, identidades y tradiciones. En principio, se oponen a la hegemonía mercadotécnica que promueve discursos normalizados, anulando la diversidad y especificidad de lo local. Y es que la lógica homogeneizadora de sentidos del mercado global es un agente de producción de lecturas signado por la manipulación de la recepción (en nuestro caso de lo latinoamericano en España y viceversa) y el acceso integral a la cultura. El problema no es el tipo de literatura «neutra», «híbrida», «mundial» que propician estos conglomerados, sino que se rigen por las leyes del consumo inmediato, la rentabilidad máxima y la asociación con los medios de comunicación. Esto condiciona el valor del objeto literario —el modo en que se lee en cada campo— y genera una tensión entre los Estados nacionales y el mercado global, en manos de las grandes editoriales españolas que monopolizan la distribución de los libros en el continente americano (4). ¿Es posible entonces un estudio de la literatura al margen del mercado editorial en la contemporaneidad?

El autor como objeto de consumo

En los años noventa del siglo XX se reconfigura la subjetividad y reaparece la problemática de la «vida» en nuestra cultura, que ha devenido en una sociedad del espectáculo cuyo centro de irradiación

A. GALLEGO
CUIÑAS /
EL VALOR
DEL OBJETO...

(3) Aunque este parámetro literario «cosmopolita» o «universal» ya se había prodigado en el modernismo, las vanguardias históricas y el «boom».

(4) Aludo evidentemente a conglomerados transnacionales provenientes de España como Planeta, que compró Emecé, Seix Barral, Ariel, Espasa Calpe y Destino entre otras. Random House Mondadori —ahora en manos del grupo Beltersmann— se hizo con editoriales de renombre como Lumen, Grijalbo y Plaza & Janés; o el grupo Prisa Santillana que absorbió editoriales tan importantes como Aguilar, Taurus y Alféguara.



A. GALLEGO
CUIÑAS /
EL VALOR
DEL OBJETO...

ción es un «yo» hipertrofiado. En los textos literarios se produce un retorno de la primera persona (a través de personajes antiheroicos, comunes y vulgares), y se ensalzan las estructuras relacionadas con el «documento» o el «testimonio». La hegemonía del género autobiográfico —y de la autoficción— es incontestable para la crítica literaria, el público, y, por supuesto, la industria editorial. La vida del autor se convierte en el artículo de consumo máspreciado —y casi desplaza la obra—, razón por la cual se propicia además el codicioso interés por su material biográfico: memorias, diarios, cartas, entrevistas, y todo lo que se parezca a «la vida en directo» de los escritores (véase Arfuch 2006). Porque lo que atrae a los lectores es la ilusión de «verdad», de crudeza y de inmediatez que ofrecen las obras biográficas o autoficcionales, a través de un lenguaje que suele estar desprovisto de ornamentación —emparentado con la oralidad— y que hace olvidar su impostura, la factura literaria del texto. En consonancia, el autor se convierte en personaje mediático que «se vende» en salas de conferencias, talleres y medios de comunicación, lo que redundará en el diseño de estrategias de autorepresentación por parte del escritor que habrían de ser analizadas por la crítica. ¿Acaso es posible otra figura de autor hoy?

Legibilidad

Modos de recepción

La expansión del mercado global ha aumentado la pérdida de autonomía (siempre relativa) y la subordinación de la literatura a la economía. Agentes y editoriales determinan más que nunca la adscripción de un autor a un campo preciso, así como los modos de recepción de un texto ora locales (independientes) ora transnacionales (grandes conglomerados). Por ello, intentar traspasar las fronteras de las áreas de conocimiento y las disciplinas que impone la academia (peninsular frente a latinoamericana, literaria frente a «otras») se antoja como una buena estrategia para posicionarse en el campo. Esto permitiría comparar cómo se entiende el valor del objeto literario —cómo se lee al «otro», cómo se consagra al «propio»— en los diferentes contextos culturales de la lengua española y del sistema literario. Pero, ¿es posible la interdisciplinariedad?

Si cada campo literario establece sus particulares mecanismos de consagración, como he explicado, se imponen modos de lectura y parámetros de valoración del objeto literario disímiles. El sistema español tradicionalmente ha evaluado su literatura —sobre todo desde el advenimiento de la democracia— cimentándose en los premios y en el aval de los medios de comunicación: en la «legibilidad» y en el mercado editorial. Por el contrario, algunos campos latinoamericanos —pienso en el argentino, por ejemplo—, «consagran» desde el mercado académico universitario y priorizan la «ilegibilidad» textual orientada a un lector más culto. De nuevo se despliegan sistemas de valoración binarios. ¿Sería posible «otra» forma de consagración?

Otra lectura

En virtud de lo descrito, la mediación del mercado cultural y de la economía en la producción literaria habrían de ser abordados en

profundidad desde el ámbito académico. La masiva circulación del libro como mercancía —cuando penetran las prácticas capitalistas neoliberales en las dos últimas décadas— ha reestructurado el sistema literario y ha propiciado modos de comportamiento del objeto literario que signan el arraigo de procesos y estructuras propias de una nueva noción de economía global y de mercado transnacional más abiertas, pero a la vez restrictivas, complejas y contradictorias. Sin embargo, la lectura que ha llevado a cabo la crítica literaria en el siglo XX ha dado la espalda a esta realidad, definiendo su objeto de estudio en oposición al mercado: el «valor» del texto literario es inestimable en términos monetarios, depende de la «inspiración», de la perseverancia, y del «aura» que creó a su alrededor la retórica romántica heredada. Se silencia la dilatada relación entre autor y comercio, literatura y economía, mercado y consumo, cuando no cabe duda de que los bienes culturales adquieren su valor —de uso y de cambio— tan solo cuando se hacen públicos, cuando aparecen en el campo, cuando hay interacción social (véase Woodmansee y Osteen, 1999: 6-11). Benjamin, junto con Adorno, fue uno de los primeros teóricos que atendió al papel del mercado en el arte. Más tarde lo hicieron Bordieu, Heinzelman, Shell, Jameson, McCloskey, Klammer, Throsby, Goux y Derridá, entre otros. Y para el latinoamericanismo García Canclini, Martín Barbero, Sarlo, Cárcamo-Huechante, Fernández Bravo, Enrígue y Laera. Aun así es curioso que apenas haya bibliografía crítica donde se examinen los factores culturales y económicos que interactúan en el sistema literario en lengua española. En los años noventa del siglo pasado se modeló la «crítica literaria económica» («The New Economic Criticism») en el ámbito anglosajón, que articula un cruce entre las disciplinas literaria y económica para pensar determinadas problemáticas en relación a los modos de producción (5), el mercado editorial, la circulación interna y externa de los textos, el consumo, la figura de autor, la tasación del valor y la dificultad (error/malentendido) que entraña la interdisciplinariedad (véase Gallego Cuiñas, 2014). Pero esto no es sino «otro» enfoque, tal vez una moda teórica más. No obstante, pienso que este parámetro de lectura habría de ser más desarrollado en el campo del hispanismo, acomodado en el «género» de la teoría literaria y en la *museificación* del texto, que ha propiciado la institucionalización de las humanidades (Montaldo, 2014: 264). La crítica no ensaya nuevas estrategias de resistencia política al mercado académico, ni marcos conceptuales que impliquen un mayor esfuerzo de formación para el estudio literario. El profesor no funge de traductor (creador), sino de mediador, de lector «privilegiado» *conformado* en la hegemonía de su «clase» académica. El investigador tampoco se plantea cómo lee o desde dónde; ni se prodiga en el arte de formular —lo que me gusta llamar— «preguntas-caracol». Y es que uno de los modos de rearticular el extrañamiento de la mirada para leer (crear) «otras» formas de valorar el objeto literario es estimulando la práctica del interrogante, la insatisfacción, la incomodidad y la sospecha. Porque —y cito ahora a Shunrui Suzuki— «nos volvemos sabios haciendo preguntas, y aun si estas no son respondidas nos volvemos sabios, porque una pregunta bien hecha lleva su respuesta en la espalda, así como un caracol lleva su caparazón». La literatura, como el caracol, avanza lenta pero siempre está en movimiento. Y quizá en la «posibilidad» de hacer «legible» su «invisible» devenir se podría cifrar el objeto de la crítica literaria —el caparazón— que está por venir.

A. G. C.—UNIVERSIDAD DE GRANADA

Bibliografía

- ACHÚGAR, H. (2006): «Apuntes sobre la “literatura mundial”, o acerca de la imposible universalidad de la “literatura universal”», en Ignacio Sánchez Prado. *América Latina en la literatura mundial*, Pittsburg, ILLI, pp. 197-212.
- ARFUCH, L. (2002): *El espacio biográfico. Dilemas de la subjetividad contemporánea*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- BEVERLEY, J. (1996): «¿Posliteratura? Sujeto subalterno e impasse de las humanidades», en Beatriz González Stephan. *Cultura y Tercer Mundo 2. Nuevas identidades y ciudadanías*, Caracas, Nueva Sociedad, pp. 137-166.
- BOURDIEU, P. (2002): *Las reglas del arte. Génesis y estructura del campo literario*, Barcelona, Anagrama.
- DELEUZE, G. (1996): *Crítica y clínica*, Barcelona, Anagrama.
- CASANOVA, P. (2001): *La república mundial de las letras*, Barcelona, Anagrama.
- CÁRCAMO-HUECHANTE, L. E.; FERNÁNDEZ BRAVO, Á. y LAERA, A. (2007): *El valor de la cultura: arte, literatura y mercado en América Latina*, Rosario, Beatriz Viterbo.
- HERRNSTEIN SMITH, B. (1991): *Contingencies of Value. Alternative Perspectives for Critical Theory*, Harvard, Harvard University Press.
- GALLEGO CUIÑAS, A. (2014): «Dossier: literatura y economía», *Cuadernos del CILHA*, núm. 21. En prensa.
- MONTALDO, G. (2014): «Teoría en fuga», *El taco en la brea*, núm. 1, pp. 262-276.
- MORGAN, N. (2013): «¿Olvidar el latinoamericanismo?: John Beverley y la política de los estudios culturales latinoamericanos», *Cuadernos de Literatura*, núm. 34, pp. 18-45.
- RANCIÈRE, J. (2009): *La palabra muda. Ensayo sobre las contradicciones de la literatura*, Buenos Aires, Eterna Cadencia.
- SARLO, B. (1997): «Los estudios culturales y la crítica literaria en la encrucijada valorativa», *Revista de Crítica Cultural*, núm. 15, pp. 51-61.
- WOODMANSEE, M. (1994): *The Author, Art and the Market: Rereading the History of Aesthetics*, Nueva York, Columbia University Press.
- WOODMANSEE, M. y OSTEEN, M. (1999): *The new economic criticism. Studies at the intersection of literature and economics*. Londres, Routledge.

A. GALLEGO
CUIÑAS /
EL VALOR
DEL OBJETO...

GUSTAVO GUERRERO / RECICLAJES Y CONVERGENCIAS: MERCADO, GÉNEROS LITERARIOS, CULTURA AUDIOVISUAL Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

Parto de una observación que es casi una evidencia: el espacio de las grandes superficies dedicadas a la venta de productos culturales es uno de los lugares donde hoy se hacen más visibles algunos aspectos básicos de la evolución reciente de los géneros literarios y de los lazos que unen dicha evolución a la situación de la literatura en nuestras sociedades.

En efecto, aunque en superficies como la conocida FNAC Forum des Halles de París, la zona que ocupan los libros sigue siendo importante, es un hecho que ha ido reduciéndose con los años y actualmente representa, a lo sumo, un 25 % del área total de la tienda. No puede decirse, por tanto, que los libros sean el rubro principal ni que gocen de una posición hegemónica como antaño, aun cuando la producción de novedades no haya cesado de aumentar. Al contrario, la librería está rodeada por otros departamentos que, como el de videojuegos o el de informática, le han ido ganando terreno y la han ido convirtiendo en una suerte de isla de fronteras móviles donde no es raro toparse con el DVD de una película inspirada en alguna novela reciente, o con el CD que se compra con la biografía de un cantante, o con el audio-libro que nos ofrece una lectura dramatizada de una obra clásica o moderna. Ni coto cerrado ni bastión dominante, la librería interactúa de este modo con las demás secciones de la tienda y no es difícil entrever que la aparición del libro electrónico hará que tales intercambios mediáticos y tecnológicos sean cada vez más frecuentes y complejos.

Lo que llamamos «literatura» dispone hoy de una parcela dentro de la librería y, en muchos sentidos, su situación no es distinta a la de

otros productos de la industria editorial: como ellos, tiene que adecuarse al fin de una civilización marcada por el predominio de lo escrito; como ellos, habita la galaxia de una economía simbólica donde reinan lo audiovisual y las nuevas tecnologías; como ellos, por último, no es solamente sino también —repito: *no es solamente sino también*— un producto de las industrias culturales y un objeto sometido a las leyes del mercado de bienes materiales e inmateriales.

A mi modo de ver, algunos de los cambios más significativos que se están dando actualmente en los géneros literarios no pueden comprenderse ni explicarse si no se trata de contextualizar la literatura en esta nueva situación que es la suya y que está sometiendo a una ruda prueba a muchas de nuestras ideas más arraigadas sobre el estatuto de la novela, el ensayo y la poesía. A todas luces, ya no estamos en una época en la que se pueda seguir sosteniendo, como en tiempos de Brunetière (Brunetière, 1890) o de Shklovski (Shklovski, 1965), que el origen de un género literario es siempre otro género literario y que existe una lógica puramente interna que rige su evolución. Este postulado quizás podía corresponder a ese momento de la modernidad en que el concepto de la literatura, como arte autónomo, fue una referencia central en nuestra civilización de lo escrito. Pero ya no es así, o lo es cada vez menos. Por eso creo que una manera más contemporánea y realista de abordar el asunto de la evolución de los géneros no es volviendo a una lógica exclusivamente interna sino planteando el tema de forma más abierta a través de las relaciones que se tejen hoy, en el campo de la producción simbólica, entre la literatura, el mercado, los medios audiovisuales y las nuevas tecnologías.

