

1. Indicios

Decía Flaubert que el artista debe hacer creer a la posteridad que no ha vivido. Algo semejante pensaba Paul Léautaud: “Extraño el tiempo en que se escribía y se publicaba sin firmar. La forma superior del placer literario para mí: ser un escritor de talento, conocido y apreciado, y totalmente ignorado como persona”¹. No era modesto ninguno de los dos. No lo era Flaubert, desde luego, pero su ambición se arreglaba de un modo distinto. “Ser conocido —le escribía a Maxime du Camp—no es mi principal preocupación. Eso no satisface enteramente sino a vanidades muy mediocres”². Lo suyo era otra cosa: el arte, la inmortalidad.

Lo interesante, lo que me interesa subrayar ahora, es que el único apoyo de esa ambición era su obra, es decir: la idea de un valor objetivo del arte, que se impone por sí solo. Y que de otro modo no vale. Si el artista consigue cualquier otra cosa aparte de eso: fama, dinero, influencia, será en el camino, de modo secundario y derivado, y no será nada verdaderamente valioso. Otra vez Flaubert, en la carta a du Camp: “¿Llegar? ¿A qué? ¿A la posición de los señores Murger, Feuillet, Monselet, etc., etc., etc., Arsène Housaye, Taxile Delord, Hippolyte Lucas y otros 72 iguales? Gracias. [...] El éxito me parece ser un resultado, y no el fin”³. Ni tienen importancia las demás cosas —el éxito, por ejemplo—ni dicen nada de una obra ni del autor. Importa por encima de todo el arte, que en un sentido muy concreto no es de este mundo; perseguir algo que no sea la belleza es un estorbo y hasta un impedimento para realizar una obra de mérito.

¹ Paul Léautaud, “Mots, propos et anecdotes” (1928) en Léautaud, **Passe-Temps suivi de Passe Temps II**, París: Mercure de France, 1987, p. 167.

² Gustave Flaubert, carta a Maxime du Camp, 26 de junio de 1852, en Flaubert, **Correspondance**, (Selección de Bernard Masson), París: Gallimard / Folio, 1998, p. 179.

³ **Ibidem.**, p.179

La idea puede parecer exagerada pero tiene todavía vigencia⁴. Sirve para definir el campo del arte y también la posición del artista, su lugar fuera de la vida ordinaria e incluso hostil a ella; el verdadero escritor desprecia, tiene que despreciar el dinero y la fama y el poder porque vive dedicado a algo superior, enteramente distinto. Acaso la formulación más nítida, entre las primeras, sea la de Gautier en el famoso prólogo a su

Mademoiselle de Maupin:

Sé que hay quienes prefieren los molinos a las iglesias, y el pan del cuerpo al del alma. A ellos no tengo nada que decirles. Se merecen ser economistas en este mundo, y en el otro. [...] Nada de lo que es bello es indispensable para la vida. Si se suprimieran las flores el mundo no sufriría materialmente, pero ¿quién querría que no hubiese flores? Yo renunciaría antes a las patatas que a las rosas, y no creo que haya un utilitarista en el mundo capaz de arrancar un surco de tulipanes para plantar coles. [...] No hay nada verdaderamente bello sino lo que no sirve para nada. Todo lo que es útil es feo, porque es la expresión de una necesidad, y las del hombre son innobles y repugnantes como su pobre y débil naturaleza. El lugar más útil de una casa son las letrinas.⁵

El arte se define precisamente por su oposición a lo útil, y eso en el siglo diecinueve, en el primer auge del orden burgués. No es casualidad. La imagen ideal del artista y concretamente del escritor —la que se hacen Gautier y Flaubert, también Léautaud— se perfila en Europa en la segunda mitad del siglo XVIII, como parte de la cultura de la Ilustración⁶, pero sólo se consolida en el XIX, cuando comienza a existir un público burgués suficientemente amplio para permitir la subsistencia del “artista libre”, que no depende de un mecenas sino del interés y el gusto del público, es decir:

⁴ Sólo como ejemplo, unas frases de un ensayo reciente de Milan Kundera: “La gloria de los artistas es la más monstruosa de todas porque implica la idea de inmortalidad. Y es una trampa diabólica porque la pretensión grotescamente megalómana de sobrevivir a la propia muerte está inseparablemente ligada a la probidad del artista. Cada novela creada con verdadera pasión aspira naturalmente a un valor estético perdurable, es decir a un valor capaz de sobrevivir a su autor. Escribir sin tener esa ambición es cinismo.” Milan Kundera, **Le rideau**, Paris: Gallimard / Folio, 2005, p.116.

⁵ Théophile Gautier, **Mademoiselle de Maupin**, Paris: Gallimard / Folio, ...

⁶ “Lo que está fuera de duda es que, hacia 1760 y hasta la Revolución, la apología del hombre de letras se convierte en una verdadera glorificación, que se asocia en un tono grandioso a una doctrina general de emancipación y de progreso.” Paul Bénichou, **La coronación del escritor, 1750-1830. Ensayo sobre el advenimiento de un poder espiritual laico en la Francia moderna**. México: FCE, 1981 (Trad. Aurelio Garzón), p. 25

cuando comienza a haber un mercado para las letras⁷. Es una imagen que corresponde a lo que, por abreviar y para entendernos, se puede llamar el “momento clásico” de la era burguesa, entre la caída de Napoleón y la Guerra del Catorce: la alfabetización aumenta de modo sostenido y el público lector es cada vez más numeroso aunque todavía sigue siendo minoritario, con una cultura básica y un conjunto de referentes compartidos, los editores son a la vez librereros e impresores y disponen de una red de corresponsales a través de la que circulan los libros; el medio de comunicación indispensable es la prensa, y los periódicos adquieren un poder avasallador, capaz de hacer y destruir la reputación de casi cualquiera⁸.

Digo que no es por casualidad que el campo del arte se defina por oposición a lo útil, no es por casualidad que la imagen del escritor requiera ese desapego de las cosas del mundo; el escritor decimonónico es un artista independiente pero sólo hasta cierto punto: cuando vive de su pluma depende de los periódicos y eso lo sitúa en el centro de la vida social, con un poder considerable pero subordinado, que fácilmente despierta suspicacias. La conciencia de sí que desarrollan los artistas como grupo incorpora esa ambigüedad y la traduce en lo que Lionel Trilling llamaba la “cultura antagónica”: la idea de un sacerdocio laico, de una posición moralmente superior precisamente por su distanciamiento del mundo y en particular de quienes mandan en el mundo⁹.

Paradójicamente, el público es el enemigo.

En la primera mitad del siglo XIX —dice Valéry— el artista descubre y define a su contrario: el *burgués*. Se le atribuyen propiedades contradictorias, porque se le hace a la vez esclavo de la rutina y sectario absurdo del progreso. El burgués ama lo sólido y cree en el perfeccionamiento. Encarna el sentido común, el

⁷ Ver Norbert Elias, **Mozart. Sociología de un genio**, Barcelona: Península, 1998, pp.38 y ss.

⁸ Con razón, varias de las novelas emblemáticas del siglo XIX se refieren al poder de la prensa: **Ilusiones perdidas** de Balzac, sin ir más lejos, o **Bel Ami**, de Maupassant, o en México **El cuarto poder** de Emilio Rabasa.

⁹ “Las personas que adoptan una posición marginal con respecto a determinados grupos privilegiados, pero que se consideran iguales o incluso mejores que ellos por su disposición personal o a veces por una alta autoestima, se defienden de la degradación a la que están expuestos mediante la amargura; también es probable que quieran tener evidencia de las debilidades humanas del grupo privilegiado.” Norbert Elias, **op. cit.**, p. 45.

apego a la realidad más sensible –pero tiene fe en no sé qué mejoramiento constante y casi fatal de las condiciones de vida. El artista se reserva el reino del ‘Sueño’.¹⁰

Hago un aparte. La situación social de los escritores no es obvia ni uniforme, depende en mucho de la relativa importancia de la burguesía, de los índices de alfabetización, de la circulación de la prensa. En los países periféricos –pienso en Rusia, España, Italia, Polonia en el siglo diecinueve— y en las colonias se espera de los escritores otras cosas: compromiso político, conciencia nacional, aparte de que el mercado de las letras suele ser mucho más reducido. En México, en concreto, no hay prácticamente ningún escritor del diecinueve que viva como artista libre: todos hacen política, todos –desde Lucas Alamán hasta Guillermo Prieto, Ignacio Ramírez, Manuel Payno o Francisco Zarco, Emilio Rabasa o Victoriano Salado Álvarez—son en algún momento funcionarios, diputados, diplomáticos; hacen también –y justifican—una literatura de intención política y pedagógica (sólo con el grupo de **Contemporáneos**, bien entrado el siglo veinte, adquiere carta de naturaleza la imagen del escritor ajeno al mundo y enfrentado a su sociedad¹¹). No es difícil de explicar: no había un mercado suficiente para que se pudiera vivir de la escritura, no había un cuerpo de funcionarios capaces de mantener las instituciones modernas, y al mismo tiempo un espacio público fragmentado necesitaba la mediación de los intelectuales para construir los “sentimientos de la nación”¹².

¹⁰ Paul Valéry, “Propos sur le progrès”, Valéry, **Regards sur le monde actuel**, Paris: Gallimard / Folio, 1988, p.140.

¹¹ Un párrafo clásico, entre muchos, de Jorge Cuesta: “El arte es un rigor universal, un rigor de la especie. No se libraré México de experimentarlo, a pesar de los imbéciles y faltos de moral que tratan de resistir a la exigencia universal del arte, oponiéndole la medida ínfima de un arte mexicano, de un arte a la altura de su nulidad humana, de su pequeñez nacional.” Jorge Cuesta, “Conceptos del arte”, en Cuesta, **Ensayos críticos**, México: UNAM, 1991, p.336.

¹² Ver Claudio Lomnitz, “Interpreting the Sentiments of the Nation: Intellectuals and Governmentality in Mexico”, en Lomnitz, **Deep Mexico, Silent Mexico. An Anthropology of Nationalism**, Minneapolis: University of Minnesota Press, 2001, pp. 205 y ss. Por razones similares el esquema del escritor metido a político y funcionario se ha repetido también en los países de Asia y África que fueron colonias, en los primeros años de vida independiente.

Ya que están en el mercado y, a través de la prensa, en el centro de la vida pública, con una posición ambigua, a la vez central y subordinada, los escritores tienen que acreditarse mediante el menosprecio de los valores dominantes, tienen que construir y defender un mundo aparte en que sea posible la creación. Sirve de ejemplo, otro más, Valle-Inclán, en una anécdota referida por Gómez de la Serna:

Aquel don Ramón con sus bohemios tenía poder, pero no quería sino su modestia, su pobreza, como si hubiera vendido su alma por un abono de café en un momento malo de su vida.

--Ya ve usted --le decía una vez un joven escritor--, no hay manera de hacer dinero, ni aun siendo como usted, un prestigio.

--No me interesa --respondió él--; nunca he sentido una voz que me diga: 'No seas pobre' o 'Hazte rico'... Sólo he oído la voz que me aconseja: 'Sé independiente'.¹³

Dice lo mismo, de un modo transparente, la carta que envió a **La Correspondencia de España** en 1911:

En los periódicos de esta noche leo que el ministro de Instrucción Pública me ha designado, con otros señores, para dar un curso de dos lecciones sobre Arte Dramático; y les ruego publiquen, bien claro y bien contundente, que yo no acepto tal nombramiento, entre otras cosas, por ser lego en la materia. Es bueno que cierta gente se entere de que la conciencia de un artista no es igual a la de un político.¹⁴

En eso está todo: en la conciencia del artista, porque de eso depende su imagen, su posición y finalmente el sentido de su trabajo. El problema es que los libros se venden, los artículos de prensa se pagan, los políticos otorgan premios y hacen homenajes.

¹³ Ramón Gómez de la Serna, **Don Ramón María del Valle-Inclán**, Madrid: Espasa-Calpe, 2007, p.103.

¹⁴ Carta a **La Correspondencia de España**, 20 de abril de 1911, en Juan Antonio Hormigón, **Valle-Inclán: Biografía cronológica y epistolario**, Madrid: Publicaciones de la Asociación Española de Directores de Escena, 2006, Vol.III, Epistolario, p. 170.

Protestas

La intervención de los escritores en la vida pública mediante manifiestos, declaraciones, cartas abiertas, es un fenómeno típico del siglo veinte. Hoy se da con menos frecuencia. Intervenían –vale la pena anotar el matiz—no estrictamente como escritores sino como *intelectuales*: eran parte, parte central sin duda, de un grupo en que se integraban por igual pensadores, filósofos, universitarios, incluso algún periodista; en términos generales, “gente de letras”, cuya conciencia colectiva dependía de eso. Tras el final de la guerra fría y el desplome del imperio soviético prácticamente desapareció la figura del “intelectual comprometido” –da lo mismo si comprometido con los unos o con los otros o con una improbable neutralidad—sobre todo porque desapareció de pronto ese orden moral transparente y casi obvio, que permitía ahorrar argumentos y adoptar una posición clara en cualquier crisis, por remota e incomprensible que fuese. Ya no está claro quiénes sean los buenos o los malos en casi ningún conflicto, no hay lugar para esa especie de magisterio ético (herencia más o menos equívoca del desapego de Flaubert).

Nunca estuvo exenta de problemas esa nueva función, digámoslo entre paréntesis, porque arriesgaba el espacio de la creación: amenazaba con contaminarlo de intereses mundanos y, en el peor de los casos, supeditarlo a un gobierno o un partido. Contra eso prevenía el famoso –airado, apocalíptico—libro de Julien Benda, **La trahison des clercs**; iba más allá de Flaubert y Valle-Inclán porque proponía una vida propiamente religiosa, dedicada sin concesiones a la pura contemplación de la Verdad, sin dejar un resquicio al pragmatismo. Escribía como filósofo y se planteaba el tema en su mayor grado de abstracción (enemigos eran no sólo *Accion Francesa* o el gobierno, Maurice Barrès y George Sorel, sino incluso la filosofía de Bergson o el pacifismo de

Romain Rolland). Exageraba¹⁵. Pero veía bien el riesgo del pantano ideológico que vendría después.

En los últimos tiempos sigue habiendo figuras públicas, celebridades que utilizan su prestigio para llamar la atención y dar notoriedad a alguna causa: la protección de los animales, el cuidado del ambiente o la lucha contra el hambre o el SIDA¹⁶. No son intelectuales en el sentido tradicional de la palabra sino gente famosa por cualquier motivo, actores de cine o televisión, cantantes, deportistas, también escritores. Podría ponerse de la siguiente manera. El lugar que ocupaban los intelectuales y en particular los escritores como conciencia moral de la sociedad sigue existiendo, sigue habiendo en el espacio público una exhibición ritualizada del orden moral pero ya no son los “hombres de letras” los que ocupan con absoluta preferencia ese lugar; cuando lo hacen, cuando firman un desplegado suelen ir acompañados por cantantes populares, actores y futbolistas, es decir, ya no se presentan estrictamente como intelectuales, sino como celebridades.

El cambio tiene su importancia: volveremos a ello más adelante. En breve, digamos lo más evidente, significa que esa forma de representación moral ha sido prácticamente acaparada por la industria del espectáculo¹⁷. También significa que el valor simbólico acordado al trabajo intelectual no es el mismo. Los intelectuales del siglo veinte disponían de una “autoridad moral” particular porque estaban dedicados a la

¹⁵ Con buen sentido matizaba Thibaudet sus argumentos: “Sabemos que las pasiones del autor de **L’Ordination** son sólo intelectuales. Pero son pasiones fuertes y oscuras. Su dios eleático sigue siendo un dios celoso. Si el clérigo es el hombre de dios sobre la tierra, el Sr. Benda parece animado por ese sueño, por ese mito: ser el último clérigo que ha poseído dios, ser el último hombre de dios...” Albert Thibaudet, “La question des clercs”, en Thibaudet, **Réflexions sur la politique**, (ed. Antoine Compagnon), Paris: Robert Laffont, 2007, p.340.

¹⁶ Es significativo que, en general, las *causas* se expliquen en un lenguaje bélico: permite el sentimiento de audacia de quien toma partido pero contra enemigos que suelen ser entidades abstractas como el hambre o la contaminación.

¹⁷ No hace falta suscribir las tesis un poco abstractas y reiterativas de Guy Debord –ver Debord, **La société du spectacle**, Paris: Gallimard / Folio, 1996 –para afirmarlo. El fenómeno es de una obviedad absoluta. La notoriedad de cualquier estrella de cine es infinitamente mayor a la del filósofo mejor dotado, y es además una notoriedad que puede usarse para cualquier cosa: para vender jabón o promover una candidatura.

reflexión, porque su imagen significaba –con más o menos razón, más o menos fantasía—un compromiso con valores más elevados, espirituales, ajenos a las mezquindades de la política ordinaria, y eso daba un peso especial a sus posiciones públicas; con las variantes que fuese, en la imagen del intelectual había algunos rasgos del escritor decimonónico: el desapego, el antagonismo respecto a los valores dominantes, mezclados con un último destello ilustrado, la creencia en la superioridad intelectual y moral del pensador y el compromiso puramente humano que corresponde al reino del espíritu; la matriz era la figura del escritor ajeno a los intereses del mundo, con aditamentos del filósofo kantiano (*fiat veritas et pereat mundus*) e incluso del científico, comprometido con la Verdad. Hoy no es nada de eso lo que cuenta sino el sólo hecho de la fama, el ser conocido para el gran público¹⁸.

La imagen de los intelectuales, la manera como se piensan a sí mismos y la manera como los imagina la sociedad, ha cambiado: es un primer indicio, uno muy superficial, de que han cambiado en general el lugar y la valoración de la cultura escrita (sobre todo en su relación con la cultura de la imagen). Tiene eso que ver con la abrumadora presencia de los medios audiovisuales, sin duda, pero también con transformaciones en la vida pública, en la organización del trabajo académico y en la industria editorial.

Todo lo anterior hace más llamativa la carta abierta que publicaron más de cien intelectuales en diciembre de 2004, en España. El documento tiene interés porque en muchos sentidos es clásico: es una defensa de la libertad de expresión, que ha sido uno de los motivos más frecuentes en las intervenciones públicas de los intelectuales; por otra parte, los que firman son escritores, una lista notable que comienza por Rafael

¹⁸ Generalizo. Esa función de los intelectuales tuvo influencia muy distinta en distintos países; fue mucho mayor en Francia y en América Latina que en Estados Unidos, por ejemplo, tuvo representantes notables en Gran Bretaña, como Bertrand Russell, y tuvo un carácter muy diferente y singular en los países soviéticos. Fue, con todo, un fenómeno global, como lo es la actual forma de representación pública mediante celebridades.

Conte, Mario Vargas Llosa, Rafael Sánchez-Ferlosio, Juan Marsé, Eduardo Mendoza, Javier Marías, Fernando Savater¹⁹. No obstante, es también un texto inusual para esa tradición. No se dirige a las autoridades ni a la ciudadanía, no denuncia ninguna forma de censura política ni de intromisión del poder público. Los firmantes manifiestan su “preocupación por el daño que ha sufrido la credibilidad del periódico” y por “la posibilidad del futuro ejercicio libre de la crítica” en las páginas de **El País**. Podría ser la queja de un grupo de accionistas o incluso de trabajadores del periódico, que no son. Podría ser también una reclamación hecha por los consumidores contra un producto deficiente o adulterado, pero tampoco es eso. Es un manifiesto de intelectuales en toda regla, como los de antes²⁰.

Es otro indicio, pero ¿de qué? Para empezar, el gesto indica una nueva ubicación del poder, al menos del poder que cuenta para la libertad de expresión. Los intelectuales utilizan su autoridad moral para dar peso a un argumento contra la censura, contra el ejercicio arbitrario del poder, pero no es ya el del Estado sino el de una empresa privada. A primera vista parece una desmesura. Después de todo, si un periódico pierde credibilidad pierde también lectores, al menos en teoría, que tienen muy a mano, en el mismo quiosco y por el mismo precio, otros periódicos. Los firmantes saben que no es así. Saben que el lugar que ocupa **El País** en la prensa española no es el de un periódico más y saben que muy bien podría censurar, distorsionar la información, engañar, y una parte considerable del público no podría darse cuenta (o no querría o no le daría

¹⁹ La carta apareció publicada en el diario **El País**, 18 de diciembre de 2004.

²⁰ Notables muchos, conocidos todos. Aparte de los citados firman Álvaro Pombo, Francisco Rico, Victoria Camps, Javier Cercas, Juan Villoro, Enrique Lynch, Jorge Herralde, Félix de Azúa. Son más de cien.

importancia). Lo cual significa, paradójicamente, que el argumento de la “credibilidad” del periódico es muy endeble y eso, sabido de todos, es lo que justifica la carta abierta²¹.

Lo más significativo es el episodio que motiva la publicación del desplegado. **El País**, como cualquier periódico, ha censurado, ha omitido cosas, ha distorsionado información y ha publicado mentiras. A veces graves. Los intelectuales han reaccionado con esa energía no por otra cosa, sino un conflicto entre la redacción y uno de los críticos del suplemento de libros, un crítico literario que básicamente se ocupaba de reseñar novelas. Otras cosas no les han parecido tan graves como ésa, la contaminación del espacio dedicado a los libros, ésa es la credibilidad que les preocupa. Y no les falta razón.

Apuntemos que no es algo insólito. Desde que los libros se venden, las reseñas de libros se venden también como forma de publicidad. Toda la trama de **Ilusiones perdidas**, de Balzac, por ejemplo, se basa en el poder de la prensa para decidir el éxito o el fracaso de ventas de un libro. Y desde luego Balzac sabía de lo que hablaba. Cuenta Baudelaire –sólo como curiosidad vale la pena la anécdota—que una noche, preocupado por una deuda de mil doscientos francos se presentó Balzac en la casa de Léon Curmer, que acababa de imprimir la serie ilustrada “Los franceses pintados por sí mismos”; iba a proponerle un negocio: “¿Quiere usted tener pasado mañana, en **Le siècle** y en **Débats**, dos grandes artículos sobre ‘Los franceses pintados por sí mismos’, dos grandes artículos míos, firmados con mi nombre? Necesito mil quinientos francos. Para usted es un negocio de oro.”²² A continuación, cerrado el trato, salió el escritor a buscar a Edouard Ourliac: “Edouard, necesito para mañana tres grandes columnas sobre ‘Los franceses pintados por sí mismos’; mañana, toma nota, y muy temprano, porque el

²¹ Puesto en blanco y negro: para la mayoría de los lectores ni siquiera se plantea el problema de la “credibilidad”; para los lectores atentos el periódico es sospechoso de parcialidad y con razón. La carta abierta pide que por lo menos se disimule, que se procure guardar las apariencias.

²² Charles Baudelaire, “Comment on paie ses dettes quand on a du génie”, 24 de noviembre 1845, en Baudelaire, **Écrits sur la littérature**, Paris: Le Livre de Poche, 2005, p.67

artículo entero debe ser copiado por mi mano y firmado con mi nombre.”²³ Para Ourliac era también un buen negocio, porque cobraría ciento cincuenta francos, lo mismo que Gautier, a quien encargaba poco después Balzac el segundo artículo.

En resumen, el espacio de la crítica ha sido sospechoso siempre y con razón: es uno de los rasgos más obvios de la configuración burguesa del campo literario, porque los libros se venden a un público más o menos extenso y anónimo, necesitado de alguna orientación. Han cambiado algunas cosas, sin embargo, del “momento clásico” a nuestros días: el volumen del negocio, la organización de la industria, la lógica de la publicidad, el poder relativo de los escritores.

Veamos el caso Echevarría con un poco de atención. Poco tiempo antes el periódico había decidido dejar de publicar las colaboraciones de Ignacio Echevarría, que llevaba catorce años escribiendo para el suplemento literario de **El País**. Se conocieron detalles porque el propio Echevarría publicó una carta abierta de protesta, dirigida al director adjunto del periódico, Lluís Bassets²⁴. Según lo que refiere Echevarría se decidió suspender su colaboración por haber publicado una reseña muy negativa de la última novela de Bernardo Atxaga, **El hijo del acordeonista**. Aclara que la novela había sido editada por Alfaguara, que forma parte del grupo editorial al que pertenece **El País**. Dice que la editorial había pagado “un importante anticipo” por la novela contando con convertirla en un éxito de ventas, y dice también que el periódico reaccionó a su crítica con “un pautado despliegue de artículos, entrevistas y crónicas” con la intención de “paliar y neutralizar los posibles efectos de la reseña”. En su parte más interesante la carta de Echevarría dice que duda de que tenga sentido “tratar de hacer crítica independiente en un medio que parece privilegiar, con descaro creciente,

²³ **Ibidem.**, p.68

²⁴ La carta apareció en muchos medios. El conjunto de la polémica puede encontrarse en la revista **Lateral. Revista de cultura**, Barcelona, n.121, enero 2005.

los intereses de una editorial en particular y, más en general, de las empresas asociadas a su mismo grupo”.

La reseña, dicho sea de paso, no era mala ni distinta en nada de las que había publicado durante años Echevarría en el mismo espacio: dura pero bien explicada, extensa y razonablemente útil como aproximación al libro de Atxaga.

Respondió también en carta abierta el director adjunto del periódico y explicó que en efecto se había decidido “congelar” la colaboración de Echevarría porque no le parecía a él razonable que se atacase “personalmente a un escritor” y mucho menos de una “forma cruel”. No dijo —tiene su interés— que el libro de Atxaga fuese bueno, no dijo que en la reseña hubiese alguna falsedad, que fuera engañosa o notoria y deliberadamente pensada para desorientar a los posibles lectores. Sólo que había sido cruel²⁵. En cuanto a la idea de que **El País** privilegie los intereses del grupo editorial del que forma parte dijo: “es una opinión que no comparto, como mínimo expresada en esos términos”. Se trata de libros y periódicos y la acusación es muy concreta: importan los términos (y siempre se puede encontrar otros).

Es otro indicio. Tratemos de sacar algo en limpio. El diario forma parte de un grupo que integra varias editoriales (Altea, Aguilar, Alfaguara, Taurus, Santillana, Punto de Lectura), cadenas de radio (la cadena SER en España, el Grupo Latinoamericano de Radiodifusión) y emisoras de televisión (Canal Plus, Sogecable). El conjunto funciona coordinadamente para que las empresas se apoyen entre sí: lo sabe Ignacio Echevarría después de catorce años de publicar allí y lo sabe también el director adjunto, por supuesto, aunque no pueda decirlo en esos términos.

Es algo que podría saber cualquier lector atento del periódico. El suplemento de libros de **El País** es sobre todo soporte para un boletín publicitario del grupo editorial:

²⁵ Es notable, lo digo en un aparte, que nadie hubiese visto la “crueldad” de otras muchas reseñas de Echevarría escritas en el mismo tono y algunas sí, por cierto, engañosas.

hay críticas buenas en ocasiones, útiles, bien pensadas, pero es difícil distinguirlas y desde luego no bastan para ofrecer un panorama mínimamente equilibrado del mundo editorial español. Es lo que puede esperarse de un folleto de publicidad, que no busca lectores sino compradores de libros; lo malo es que se presente bajo otra forma. Por cierto: para ese fin, para promover los libros de una editorial no hace falta una crítica devastadora de los títulos de la competencia sino que basta, es mucho más sencillo y más eficaz, omitir mencionarlos. Es un cambio significativo: para destruir un libro Lucien Rubempré, en **Ilusiones perdidas**, tenía que escribir una reseña vandálica, porque de cualquier modo iba a conocerse²⁶; hoy el abrumador número de novedades hace que la inmensa mayoría de los títulos pase desapercibida.

Puesto en términos muy simples, el problema es que la crítica de libros, el espacio más intelectual en el campo de la prensa periódica, el que representa la autonomía del campo literario, aparece mezclado con intereses económicos: eso es lo que los escritores del desplegado encuentran inaceptable. Eso dicen. Y lo mismo habría dicho Flaubert.

Hilemos un poco más fino, vale la pena. Lo más interesante es que los cien notables firmantes de la carta abierta saben que es así, saben que la reseña de libros es un instrumento de publicidad —en **El País** y en otros medios— que se usa en beneficio del grupo editorial del periódico. De otro modo, si no lo supieran, si no pensarán que puede ser así, les hubiera parecido absurda la protesta de Echevarría, injusta e infundada, y desde luego no se habrían expuesto a hacer el ridículo apoyando su queja. Saben que es verdad. Más todavía: varios de ellos son autores “de la casa”, publican en **El País** y en las editoriales del Grupo Santillana, y se han beneficiado de ese

²⁶ Es la verdadera iniciación de Rubempré en el periodismo, cuando Loustau le enseña a escribir en una misma noche un texto demoleedor y otro de delirante entusiasmo respecto a un mismo libro, sin haberlo leído: “Querido mío, un periodista es un acróbata, debes acostumbrarte a los inconvenientes del oficio.” Honoré de Balzac, **Illusions perdues**, Paris: Flammarion, 1990, pp.355 y ss.

mecanismo publicitario²⁷. ¿Por qué protestan entonces? ¿Por qué sabiendo, como tienen que saber, que es un gesto inútil y que ellos mismos seguirán colaborando con las empresas del grupo?²⁸

La intervención pública de los intelectuales y escritores y su relativa eficacia depende de un valor entendido: la autoridad moral. Tienen —o solían tener— capacidad para influir sobre la opinión, tienen una forma característica de poder que requiere en primer lugar que no tengan ningún poder político: en cuanto actúan como representantes de un partido político o un gobierno, en cuanto se convierten en diputados o ministros los intelectuales pierden eso, la autoridad moral. Pero lo mismo sucedería —sucede— si intervinieran en defensa de una empresa, por ejemplo. Esa aureola casi indefinible que es la autoridad moral implica un compromiso con el interés público —o con los valores del espíritu— que es incompatible con cualquier tipo de interés particular²⁹. Y su ingrediente básico es la autonomía, el olímpico desinterés por las cosas del mundo de Flaubert, Valle-Inclán, Léautaud, Gautier.

En eso consiste la gravedad del “caso Echevarría”. Su protesta pone en evidencia el mecanismo comercial del grupo Santillana: pone en evidencia que forman parte de él el periódico, los libros y los escritores. Si tuviese razón en su denuncia o, más exactamente, si su denuncia resultara creíble para el público estaría en entredicho no la credibilidad del periódico sino la autoridad moral de casi todos los intelectuales, es decir, estaría en riesgo su posición como intelectuales y escritores. Lo irónico es que al

²⁷ Lo comentó poco después Juan Goytisolo: “lo que asombra e inquieta a muchos lectores es que Ignacio Echevarría haya tardado catorce años en advertir dicha situación. [...] la justa denuncia de lo acaecido tendría mejores credenciales si el represaliado y algunos de los que con oportunismo flagrante se solidarizan con él no se hubieran beneficiado durante años de tal situación y hubieran abierto el debate a su debido tiempo.” Juan Goytisolo, “Cuatro años después”, **El País**, 28 de enero de 2005.

²⁸ Hubiese sido un gesto de enorme valor dramático que la primera firma en el desplegado hubiese sido la de Bernardo Atxaga. Pero no, él no firmó.

²⁹ El caso de los intelectuales comprometidos de la guerra fría, simpatizantes abiertos de la Unión Soviética, por ejemplo, y miembros de un Partido Comunista, como Louis Aragon, sirve de confirmación. Su firma en un manifiesto inmediatamente confería un color partidista al documento (vale la pena ver los problemas del “compromiso” de los intelectuales franceses, por ejemplo, en el libro de Michle Winnock, **Le siècle des intellectuels**, Paris: Seuil, 1997).

apresurarse a darle la razón –sumándose a su protesta—estaban todos ellos diciendo que sabían en qué consiste el negocio; dijeron por supuesto que no debe haberlo, dijeron que ellos no eran parte, dijeron que debe conservarse la pureza del campo intelectual, y no podría ser de otro modo.

Escándalos

Algunos meses después del caso Echevarría hubo otro episodio de rasgos similares: un grupo de escritores argentinos publicó una carta abierta en defensa del novelista Ricardo Piglia. La carta decía que Piglia era víctima de una campaña de difamación, y más: “decimos que la infundada acusación contra la probidad de Ricardo Piglia responde a una sola causa: se lo acusa de ser quien es en nuestra literatura, en la cultura internacional y en el plano internacional y académico”³⁰. El caso: Ricardo Piglia y Editorial Planeta habían sido acusados de manipular la decisión del Premio Planeta del año 1997 en que se otorgó a la novela **Plata quemada**, de Piglia. Hubo un primer fallo judicial adverso para el escritor y la editorial, el 28 de febrero, y la carta abierta de los intelectuales se publicó mientras se discutía en la Suprema Corte un recurso contra la sentencia de primera instancia.

³⁰ Firmaban Héctor Tizón, Juan José Saer, Luis Felipe Noé, León Ferrari, Alan Pauls, Horacio González, Carlos Altamirano, Osvaldo Bayer, Arnaldo Calveyra, Tito Cossa y muchos más. El texto de la carta, la crónica del caso y los comentarios aparecieron en toda la prensa argentina; utilizo los artículos del **Clarín**, **La Nueva Provincia** y **Página 12** del 5 de octubre de 2005.

Se trata, otra vez, de la misma constelación. La mezcla de los negocios, las grandes empresas editoriales, los libros, la valoración pública de los libros, y los escritores: su autoridad moral.

No es extraño, dicho sea de paso, que los escritores terminen en los tribunales, en procedimientos más o menos ruidosos. El propio Flaubert fue procesado por un delito de ofensas a la moral pública y a las buenas costumbres, cuando publicó **Madame Bovary**, lo mismo que Baudelaire por **Las flores del mal**³¹. También fue procesado y condenado Zola con motivo de sus denuncias en el caso Dreyfuss. Ahora bien: en todos esos casos —y en otros: el proceso contra D. H. Lawrence por **El amante de Lady Chatterley**, por poner otro ejemplo—los juicios servían para confirmar el lugar del escritor como antagonista del orden establecido, servían de hecho para ratificar su reputación y sancionar la autonomía del campo literario.

El “caso Piglia” es muy distinto, dice exactamente lo contrario. La Suprema Corte confirmó la sentencia en octubre: según los magistrados hubo “predisposición o predeterminación del premio”. Hubo dos argumentos básicos en el fallo, que Ricardo Piglia tenía un contrato con la editorial y que el jurado no evaluó verdaderamente las obras presentadas. Vale la pena citar al pie de la letra:

Piglia, o más específicamente sus obras, no debió postularse para la obtención del premio, pues se encontraba vinculado contractualmente con la empresa editora Espasa Calpe Argentina desde el mes de junio de 1994 para el aprovechamiento económico futuro de los derechos emergentes de diversas obras.³²

³¹ La sentencia del proceso contra Flaubert, absolutoria, tiene su interés. El tribunal recuerda que “hay límites que la literatura, incluso la más ligera, no debe rebasar”, pero toma en cuenta que “la obra parece haber sido larga y seriamente trabajada”, y concluye que el autor “sólo ha cometido el error de perder de vista en ocasiones las reglas que todo escritor que se respete no debe infringir” (el conjunto del proceso en <http://www.univ-rouen.fr/flaubert/> y en <http://perso.orange.fr/jb.guinot/>).

³² “Denuncian trampa de Piglia y Planeta”, **La Nueva Provincia**, 5 de octubre de 2005.

Mencionar de vínculos contractuales y de aprovechamiento económico cuando se habla de la literatura es por lo menos desagradable: son términos que corresponden a registros muy distintos. Pero la parte más incómoda de la sentencia es la que sigue.

Piglia había transferido por título oneroso la producción literaria por la que cobró 50 mil dólares al firmar el contrato de junio de 1994 y otros 50 mil un año después, pero dicha producción no había producido el rédito inicialmente previsto, de manera que se vislumbró la posibilidad cierta de una razonable recomposición patrimonial mediante la adjudicación del premio correspondiente al año 1997.

La sospecha o la confirmación del fraude tiene que perjudicar sin remedio al prestigio tanto de Piglia como del premio y de la editorial, pero el lenguaje judicial lo hace aparecer todavía peor porque revela el funcionamiento de un mecanismo financiero —anticipo, réditos, recomposición patrimonial— en el que la literatura es un contenido accidental: lo mismo podría haberse tratado de cualquier otro contrato, cualquier otra mercancía; dicho en una frase, la publicación del fallo es un acto de profanación, trata la vida del espíritu como apéndice de una serie de transacciones mercantiles (fraudulentas, además).

La sentencia aduce otros argumentos y se apoya en otros hechos. En primer lugar, la “menguada intervención del jurado” que materialmente no tuvo tiempo de leer las 264 obras presentadas; también el hecho de que Piglia figurase en el registro del concurso con una novela titulada “Por amor al arte”, que se dice que es la misma que se publicó como **Plata quemada**, pero cuyo manuscrito no fue entregado. No lo dicen los magistrados, pero hay más: el diario **Página 12** había publicado meses antes del concurso una entrevista con Piglia en la que éste anunciaba que había contratado ya con Seix-Barral (que forma parte del Grupo Planeta) la publicación de **Plata quemada**. Guillermo Schlavezon, que era entonces director de la editorial, fue condenado junto con el escritor; cuando se le preguntó su opinión sobre la sentencia dijo “que no tenía

nada que decir, salvo recordar la integración del jurado”: Mario Benedetti, María Esther de Miguel, Tomás Eloy Martínez y Augusto Roa Bastos³³.

Aparte del contenido concreto del fallo, que es de por sí bochornoso, lo que desconcierta es que se hable de literatura en el lenguaje de los negocios, porque con eso está poniéndose en riesgo o, más bien, se pierde irremediabilmente el aura sagrada que rodea al arte y lo separa del mundo. Se pierde ese prestigio singular de los escritores del que depende no sólo su autoridad moral y su influencia pública, sino el negocio de los libros también.

Es revelador que los escritores defiendan a Ricardo Piglia diciendo que se le ataca “por ser quien es”, y que el editor se defienda a su vez citando los nombres de quienes formaron el jurado. Se diría que llegados a ese extremo la única defensa posible es la tautología: Ricardo Piglia es Ricardo Piglia, Mario Benedetti es Mario Benedetti, como si se tratase de un conjuro, porque es un modo de decir que la acusación sencillamente no puede ser, que no puede haber una turbia, mezquina trama de intereses comerciales porque los presuntos implicados son escritores y por definición están en otro plano, que no se mezcla con los negocios.

Como indicio también es reveladora esa respuesta que no responde, que se rehúsa a la argumentación. Significa que la imagen del escritor, del intelectual como alguien ajeno al mundo es importante: es un valor que protegen todos, incluso el público. En algún sentido es necesaria. Por eso puede contarse todavía con la eficacia de los nombres –Piglia, Benedetti, Roa Bastos—como palabras de virtud casi mágica.

Busquemos de nuevo una perspectiva algo más amplia. Los premios literarios son problemáticos por muchas razones. Para empezar, porque su fundamento es discutible: siempre se podrá pensar, cualquiera que sea el premio, cualquiera que sea el

³³ “Piglia y Planeta indemnizan al escritor Gustavo Nielsen”, **Letralia**, n.121, octubre 2005.

que lo reciba, que se lo merecía alguien más, y siempre será motivo de escándalo la lista de los que no han sido premiados. Pero además los premios son, como argumenta James English, un mecanismo para negociar transacciones entre el capital cultural y el capital político o económico³⁴. Los escritores reciben reconocimiento, honores, dinero, y los patrocinadores de los premios participan, a cambio, del prestigio social del arte.

Los premios son un espacio de contacto e irremediabilmente contaminan: si no están “politizados” se han “comercializado” o son partidistas. No es extraño que Flaubert los detestase (“Perseguir un honor cualquiera me parece un acto de modestia incomprensible”³⁵). De hecho, es la única postura consecuente con la idea del escritor, puesto que recibir un premio o un título cualquiera implica reconocer alguna autoridad capaz de juzgar, tasar y recompensar; y no, Flaubert no:

Amigos que saben de mis dificultades quieren (o dicen que quieren) hacerme obtener (sin que yo intervenga) una ‘posición digna de mí’. Usted me conoce bastante para saber de antemano mi respuesta: *jamás*. En virtud de ese axioma que es mío pero que admiro, y al que me atengo: ‘los honores deshonran, el título degrada, la función embrutece’.³⁶

En las últimas décadas el problema fundamental de los premios es que se han convertido en uno de los recursos más confiables para la publicidad editorial, a falta de otros criterios o espacios de evaluación³⁷. Eso hace más obvia y más desagradable la sombra de la sospecha, porque es negocio del editor, de quien ofrece el premio, pero también del escritor. Hace un siglo, Manuel Azaña:

Poca devoción sentimos por los premios literarios. Son inútiles, cuando menos. No suscitan ningún talento; no estimulan la producción, y si la estimulan,

³⁴ James F. English, **The Economy of Prestige. Prizes, Awards and the Circulation of Cultural Value**, Cambridge, Mass.: Harvard University press, 2005, pp.10 y ss.

³⁵ Gustave Flaubert, carta a George Sand, 28 de octubre de 1872, en Flaubert, **Correspondance**, **op.cit.**, p.609.

³⁶ Carta a Edma Roger de Genettes, 22 de diciembre de 1878, **Ibid.**, p. 718.

³⁷ “Si se busca una tendencia clara, está en que los premios mayores en las últimas décadas han contribuido a aumentar las ventas de los ganadores. En este sentido, están cada vez más implicados en el comercio: se han convertido en poderosos instrumentos de mercadeo.” James F. English, **op.cit.**, p.153

entonces son malos del todo. Escribir con el fin del lucro, es detestable. Una de las pocas cosas bien ordenadas que hay en España es este abandono, esta soledad, esta reclusa pobreza en que el escritor, si es de ley, vive. [...] Las letras puras no son carrera; chasquean —preciso es reconocerlo con gozo— las ambiciones fútiles del arribismo; hay un instante en que el escritor tiene que optar entre su conciencia profesional y la holgura; quien debe a su pluma algo más que un pasar incierto, suele haber transigido con su conciencia.³⁸

No tiene la menor importancia ni nadie se sorprende de saber que los escritores ganen dinero con su trabajo ni que ganen dinero las editoriales; lo que hace escandalosas las dos anécdotas es que se refieren a las formas tradicionales de evaluar la literatura, la más prosaica y cotidiana de las reseñas y la de los premios. Son dos de las principales mediaciones para que los lectores accedan a los libros, para que se orienten y decidan qué comprar, qué leer. Y resulta que la misma corporación —en un caso el Grupo Planeta, en otro el Grupo Santillana— hace los libros, las reseñas y otorga los premios, y con esos recursos produce la fama, el prestigio de los intelectuales que es lo que finalmente sirve para vender sus libros. La reacción escandalizada busca proteger el lugar específico de los escritores y busca también cuidar el negocio: es sintomático que resulte difícil distinguir entre los dos propósitos.

Hay muchos otros casos similares, más o menos conocidos³⁹. Sólo unos días después del fallo de la Corte Suprema en Argentina en el caso Piglia apareció en la prensa española, rodeada de algún escándalo, la noticia de que Juan Marsé renunciaba a formar parte del jurado del Premio Planeta en España. La anécdota es relativamente trivial: adquiere interés sólo en el contexto de los otros casos. Marsé anunció que renunciaba a seguir formando parte del jurado porque no se habían atendido sus

³⁸ Manuel Azaña, “Premios y castigos”, en Azaña, **Plumas y palabras**, Barcelona: Crítica, 1990, p.155

³⁹ Un ejemplo de muchos. García Viñó habla sobre **El jinete polaco**, de Muñoz Molina, que ganó el Premio Planeta en 1991: “Según Muñoz, el desastre gramatical, de léxico y estilístico que era antes (y no obstante el cual, recordemos, fue premiada por un grupo de profesores y por los más eminentes críticos) fue producto de ‘las prisas de la editorial por publicar el libro’. Pero ¿cómo?, me pregunto, ¿no ganó el premio? ¿No tuvo para ello que presentarla antes de la conclusión de un plazo determinado en las bases, sin que nadie, sino él mismo o su señora, tuviera que darle prisa? ¿No lo hizo, además, bajo seudónimo? ¿Cómo pudo apremiarle el editor, si no sabía quién era?” Manuel García Viñó, **El País: la cultura como negocio**, Tafalla: Txalaparta, 2006, p.74.

sugerencias con respecto al proceso de evaluación y premiación⁴⁰. Habló de las novelas que se habían presentado en esa ocasión: “Mi opinión personal de las obras que me han llegado como finalistas es que el nivel es bajo y en algunos tramos incluso subterráneo”⁴¹. Su conclusión no ofrece ninguna sorpresa: “desde el punto de vista comercial, el Planeta funciona, pero desde la óptica literaria es más que dudoso.”

Nada nuevo: como en los otros casos aparecen juntos el comercio y la literatura y otra vez resultan ser antagónicos, incompatibles, pero están irremediamente mezclados. Juan Marsé habla de ello como de una forma de corrupción y se rehúsa a tener parte: dice que existe⁴².

Suspicias y temores

Tratemos de ubicar mejor el problema. Siempre ha habido en el campo literario formas de censura, autores y libros centrales y marginales, y hay siempre motivos políticos más o menos transparentes para esa jerarquía, también cuando se trata de “reparar la injusticia” de que un autor haya sido olvidado: “Cuando los medios institucionales – dice Tomás Segovia—deciden canonizar a un escritor, organizando centenarios, homenajes, premios u otros rituales oficiales de este tipo, hay que preguntarse siempre

⁴⁰ Juan Marsé: “expuse algunas sugerencias sobre posibles cambios en el proceso de selección y evaluación de las obras destinadas a pasar a la final, además de otras cuestiones relativas al jurado y a sus atribuciones ante los medios de comunicación.” En “Marsé dimite como miembro del jurado del Premio Planeta”, **El mundo**, Madrid, 17 de octubre de 2005.

⁴¹ Dijo más: “no dudo de las buenas intenciones de los autores y les deseo lo mejor en próximas aventuras, pero las buenas intenciones no tienen nada que ver con la buena literatura”, *Ibidem*.

⁴² Lo comenta Miguel García-Posada, colaborador de muchos años de **Babelia**: “El fallo del último Premio Planeta (2005) ha suscitado la pintoresca reacción de un jurado que se ha quejado de la baja calidad de las obras premiadas. A buenas horas, mangas verdes. Los Planeta no han sido buenos casi nunca; el editor —es del dominio público—ha contratado a menudo los premios con los autores.” García-Posada, “Los medios y la manipulación cultural”, **Revista de Occidente**, Madrid: Fundación Ortega y Gasset, n.302-303, julio-agosto 2006, p.112.

qué significa eso”⁴³. Y no tiene por qué ir en desmedro de la literatura, ni de la marginal ni de la central tampoco (el Premio Nobel no dice nada de la obra de Neruda, tampoco de la de Borges). Juan Goytisolo ha escrito sobre ello con frecuencia, de manera más o menos ácida, más o menos violenta, a veces con la idea —exagerada, según creo—de que sea algo típicamente español; hablando de los últimos tiempos, por ejemplo:

los fantasmones del mundillo intelectual o artístico practican con idéntica desenvoltura que sus antecesores la regla elemental de la economía del trueque, iguales a los de un siglo atrás en *leur épicerie constitutive et leurs prétentions grotesques*; la zancadilla al vecino, el arte de trepar propio, la proclamación semanal de obras maestras caducas e inexportables, la fuerza visceral de los ataques a quienes no juegan el juego, la vanagloria ridícula de los supuestos inmortales...⁴⁴.

Esa jerarquía, insisto, es parte de la vida literaria que necesita seguramente la marginalidad como espacio de renovación: en el margen — y en general mal vistos y poco apreciados—han escrito autores como Witold Gombrowicz, Flann O’Brien, Miguel Espinosa. No sólo es normal sino que, cuando es abiertamente política en sus criterios, esa forma de discriminación contribuye al prestigio de la literatura en general y de los escritores en particular: los juicios contra Baudelaire y Flaubert, la censura de medio siglo sobre **La Regenta**, la persecución de Solzhenitsyn, todo eso dice que la literatura es importante.

Quedémonos con el caso de España, que es el que venimos usando como ejemplo. José María Ridaó ha bosquejado en varias ocasiones una posible historia de esos heterodoxos españoles —los que han escrito a contracorriente—que es casi un canon: Fernando de Rojas, Cervantes, José Cadalso, José María Blanco-White, Manuel Azaña, Américo Castro, Luis Martín Santos, Juan Goytisolo; en uno de sus ensayos sobre Azaña:

⁴³ Tomás Segovia, “A vueltas con Max Aub”, en Segovia, **Recobrar el sentido**, Madrid: Trotta, 2005, p.157.

⁴⁴ Juan Goytisolo, “Al nuevo ministro de cultura”, Goytisolo, **Pájaro que ensucia su propio nido**, Barcelona: Círculo de Lectores, 2001, p.66.

Siempre en los márgenes de la ‘ortodoxia españolista’ a la que desafiaban, ‘venía, cada cual en su generación, a prolongar la dilatada (tan dilatada como tenue) cadena de disidentes españoles que desde los tiempos de nuestro esplendor imperial han proferido sus protestas’. Azaña se muestra convencido de que en un país ‘víctima como pocos del rigor de la intolerancia’, lo difícil no es tanto hallar esos nombres, como ‘asegurarles el respeto’.⁴⁵

Si sólo fuese eso, la ortodoxia que premia a unos y desconoce a los otros, si sólo fuese la influencia de la política sobre las formas de reconocimiento y consagración oficial, no estaría en riesgo el prestigio de los escritores sino que, al contrario, saldría incluso reforzado. También en el ninguneo, cuando obedece a esa lógica, hay un reconocimiento de la autonomía y el poder propio de la literatura.

Hay otro ingrediente. Sabemos que prácticamente en todos los campos de la actividad humana hay relaciones de mercado y puede hacerse mercancía de casi todo: deporte, cine, información, música, medicina. También sabemos que en el mundo editorial se venden derechos de autor y obviamente se venden los libros, con ganancia para quien los ha publicado y es lógico que sea así. Eso hace más significativo el escándalo de los casos de los que venimos hablando. El problema, digámoslo de nuevo, no es el dinero, lo que agita a los escritores, a los editores, lo que intranquiliza es ver que los espacios de valoración pública del trabajo intelectual obedecen también a la lógica del mercado o, para decirlo con más claridad, están subordinados a esa lógica, como mera publicidad.

En términos muy simples, lo que está en juego es el valor simbólico de la literatura y de la vida intelectual en general porque quedan bajo sospecha precisamente los mecanismos de evaluación. Si los libros fuesen una mercancía como otra cualquiera esas trampas y arreglos no tendrían mucha importancia, serían recursos de publicidad más o menos engañosa como lo es toda ella: a nadie le llama la atención, digamos, que un dentista aparezca en un anuncio de pasta de dientes, que un veterinario diga que

⁴⁵ José María Ridaó, **Elogio de la imperfección**, Barcelona: Círculo de Lectores, 2006, p.176.

prefiere alimentar a su perro con una marca o la otra, que una actriz haga la publicidad de cremas, jabones y perfumes. No es lo mismo con los libros y ello por dos razones. Primero: los lectores necesitan siempre una orientación para escoger entre los miles de títulos que hay asequibles, porque no los conocen de antemano y no pueden reiterar la compra del que les ha gustado porque cada libro es único⁴⁶; manipular los espacios e instrumentos de valoración de los libros es por eso mucho más grave. Segundo: los libros tienen un valor adicional al de su posible utilidad o disfrute como objetos de consumo, un valor simbólico convencionalmente atribuido a la vida intelectual, y a los escritores en particular, que perdería todo fundamento si se pensara que no hay ni vocación ni dedicación al espíritu sino un simple negocio⁴⁷.

Miguel García-Posada, hablando de los arreglos de los premios literarios: “El Premio Planeta es un premio comercial de promoción de la editorial; hasta ahí no hay nada que añadir ni que objetar. Pero lo que molesta es la impostura, fingir lo que no se es”⁴⁸. Quiere decir la impostura de la editorial, que finge que en el premio hay una valoración literaria. La crítica parece razonable, casi un lugar común. No obstante, tiene más interés por lo que no dice, por lo que acaso inconscientemente oculta, no la impostura de la empresa que simula valores literarios sino la de los escritores que participan en el negocio y fingen la pura vocación, incontaminada. Me explico. El propósito de la publicidad es encarecer un objeto con recursos más o menos oblicuos: así se simula que un automóvil brinda libertad o que un detergente contribuye a mantener la unidad familiar, lo que sea. No tiene nada de raro que para vender libros se

⁴⁶ Acaso el mayor esfuerzo publicitario de la nueva industria editorial está dirigido a transformar a los autores en “marcas” para normalizar el consumo, a través de la reiteración: el lector puede comprar cada temporada “un Pérez-Reverte” o “un Vargas-Llosa” sin necesidad de más averiguaciones.

⁴⁷ El problema —imagino que es obvio—no es la motivación sino la naturaleza de lo que se escribe. El cambio ya se ha producido, el riesgo es que se note. Juan Goytisolo: “Lo que definía al intelectual, escritor y artista —la busca desinteresada del saber, los ‘trabajos y días’ sin rentabilidad inmediata ni siquiera visible—no rige ya —salvo en casos excepcionales como el de Rafael Sánchez Ferlosio—en el real de la feria en el que se exhibe, ocupa sin descanso la escena, sube y baja siempre en órbita, el elenco vistoso de los *tíos vivos*.”, Goytisolo, “El carrusel de los *tíos vivos*”, <http://sauce.pntic.mec.es/jgoytiso/>

⁴⁸ García-Posada, **op. cit.**, p.113.

finja la calidad literaria puesto que eso es lo que acredita la mercancía. Es decir: la impostura no es de las editoriales –que recurren a la publicidad como cualquier empresa—sino de los autores que tienen que negar su intervención en el montaje, que incluso protestan públicamente si llega a señalarse.

Es posible, como ha sugerido Roberto Bolaño en varias ocasiones, que haya cambiado el temperamento, la inclinación y el origen de clase de los escritores:

Ya lo escribió Pere Gimferrer: antaño los escritores provenían de la clase alta o de la aristocracia y al optar por la literatura optaban, al menos durante un tiempo que podía durar toda la vida o cuatro o cinco años, por el escándalo social, por la destrucción de los valores aprendidos, por la mofa y la crítica permanentes. Por el contrario, ahora, sobre todo en Latinoamérica, los escritores salen de la clase media baja o de las filas del proletariado y lo que desean, al final de la jornada, es un ligero barniz de respetabilidad.⁴⁹

Y por eso –sigue Bolaño—“se dedican en cuerpo y alma a vender.” Es posible. Tengo la impresión de que ese cambio se corresponde con otro mucho más amplio, que afecta a la configuración del orden social: el lugar de la literatura y de los literatos no es ya el mismo, ya no se busca ese exigente –desdeñoso—distanciamiento de antes porque ya no significa nada; el consumo es el criterio básico de reconocimiento e identificación⁵⁰, el dinero y la fama son los medios estandarizados de distinción, los únicos generalmente reconocibles. La esforzada independencia de Valle-Inclán, el olímpico desprecio de Flaubert, hoy no tienen lugar: los escritores son tan libres, prescindibles, dependientes, como cualquiera y su estatus es una función de su presencia en los medios de comunicación masiva.

Es un poco extraño que se haga escándalo porque las empresas dedicadas a fabricar y vender libros actúen como empresas, y traten de vender más libros o tener

⁴⁹ Roberto Bolaño, “Sevilla me mata”, en Bolaño, **El secreto del mal**, Barcelona: Anagrama, 2007, p.175. No conozco, dicho sea de paso, muchos escritores latinoamericanos surgidos del proletariado; en cuanto a la “clase media baja”, seguramente sigue siendo hoy el 10 por ciento más alto en cuanto a distribución de ingreso: el cambio en eso no parece muy notable. Ni Altamirano, ni Prieto, ni Ignacio Ramírez, ni Arreola ni Arguedas ni Ribeyro, ni siquiera García Márquez eran hijos de ninguna aristocracia.

⁵⁰ Jean Comaroff y John Comaroff, “First Thoughts on a Second Coming”, en Comaroff y Comaroff (eds.) **Millennial Capitalism and the Culture of Neoliberalism**, Durham: Duke University Press, 2001 (A Millennial Quartet Book / Public Culture), p.9 y ss.

mayores ganancias. Si se piensa un poco hay también en ello, en la denuncia quiero decir, una lógica comercial o publicitaria puesto que la exhibición más o menos real o fingida, da lo mismo, de repugnancia hacia el mercado contribuye en la práctica a reforzar el carácter sagrado de los libros (y los autores) que es lo que se vende todavía, un poco por inercia. Vende, por decirlo así, el aura de Flaubert. Cuando se reprocha a las editoriales que hagan su negocio se está diciendo, en el mismo gesto, que hay aún un ámbito no comercial, ajeno a la lógica del mercado, que está siendo contaminado por la industria; es una forma ritual de restablecer el valor de la mercancía que ofrecen las editoriales: la mercancía en algún sentido sagrada, que tiene valor como mercancía porque se supone que no lo es.

He venido acumulando indicios de manera más o menos desorganizada, al hilo de las anécdotas. Sugieren muchas cosas, pero sobre todo muestran una transformación del mercado del libro y de la industria editorial.

En primer lugar, la notoriedad de los casos y las cantidades de dinero que se manejan apuntan al hecho básico de que la producción editorial se halla concentrada en unas cuantas grandes empresas. Hay todavía, desde luego, imprentas caseras, pequeñas editoriales, algunas casi familiares, pero en lo fundamental el negocio de los libros es hoy un gran negocio, con altas tasas de ganancia y volúmenes millonarios de ejemplares, ventas, derechos.

En segundo lugar, las empresas que producen los libros forman parte con frecuencia de conglomerados que reúnen editoriales, revistas, periódicos, estudios de cine, cadenas de radio y televisión; es decir: no son sólo editoriales sino consorcios de comunicación —de industria cultural, de la industria del espectáculo, como se prefiera— que ocupan y de hecho acaparan buena parte de la vida pública.

Esa integración de diferentes medios permite nuevas formas de publicidad (que son básicamente las que provocan reacciones escandalizadas). Los programas de radio y televisión, las reseñas en periódicos y revistas, los premios y la publicación de noticias sobre los premios forman una extraordinaria caja de resonancia en la que se produce la fama de los autores que es a fin de cuentas lo que se vende y que, recíprocamente, contribuye al prestigio de las editoriales, los periódicos o los canales de televisión en que aparecen los escritores famosos. Eso no quiere decir que la fama de todos sea artificial o inmerecida, fabricada: pero dice que muy bien podría serlo⁵¹; la airada reacción de los escritores en varios de los casos citados manifiesta ese temor: si el público llegara a pensar que todo es publicidad y simulacro el prestigio de todos quedaría reducido a nada.

Hay un cuarto rasgo que vale la pena destacar porque es una de las claves de esa transición: la producción de la nueva industria editorial se dirige a un público que no distingue fácilmente por sí mismo un libro bueno de uno malo, no tiene un criterio propio medianamente sólido (y acaso no tiene interés tampoco en tenerlo). No es un público de conocedores ni de lectores frecuentes: admite sin reparo la importancia de los autores que le dicen que son importantes, compra lo que tiene a mano, lo que se anuncia más, lo que los demás compran o leen. Es un nuevo público lector, producto de la generalización de la educación media y superior: puede ser enorme y es el que interesa como mercado. Es dudoso que el aparatoso mecanismo de publicidad influya mucho sobre el pequeño público de lectores habituales, con criterio propio, pero éste no tiene mayor importancia comercial porque es relativamente insignificante, nunca

⁵¹ Para el propósito de vender libros da exactamente igual. Miro la publicidad de la editorial Alfaguara. De William Faulkner dice: “logró convertirse en uno de los autores más importantes del siglo”; de Thomas Bernhard: “su obra se configura hoy como fundamental en la moderna literatura europea”; de Joseph Conrad: “hoy se considera uno de los padres de la narrativa contemporánea”; de **Obabakoak**, una novela de Bernardo Atxaga: “una de las novelas fundamentales de la literatura del siglo XX.” Si no hubiese más que eso como referencia, no sería raro que alguien prefiriese leer a Atxaga; el elogio los iguala.

permitiría vender las decenas de miles y cientos de miles de ejemplares que hacen un *best-seller* de la nueva industria editorial.

La transformación de la industria editorial está de hecho asociada al crecimiento de ese público de lo que se suele llamar “lectores ocasionales”. Leen poco pero son muchos. No leen y desde luego no compran cualquier cosa; no tienen un criterio personal informado, no son un público culto, pero tienen bastante claro lo que esperan de la lectura. La información del mercado no ofrece dudas: lo que se vende masivamente son novelas, en general novelas ligeras escritas por autores famosos (es decir: autores a los que pueden reconocer, cualquiera que sea el motivo).

La fama —la celebridad— es el criterio básico, el más sencillo, por el que pueden guiarse los compradores. Hay los escritores que tienen fama de ser entretenidos o particularmente hábiles en algún género: Stephen King, John Le Carré, Danielle Steel, Javier Pérez-Reverte. Los hay que son famosos por cualquier otra razón, que no tiene nada que ver con la literatura: futbolistas, actores, modelos, cantantes, que ocasionalmente prestan su nombre para firmar un libro sea autobiográfico o de consejos de cualquier materia, a veces también alguna novela. Hay también los que se hacen famosos como escritores, incluso como grandes escritores, con mayor o menor justificación. En la práctica, la naturaleza de la fama o su origen parece ser relativamente poco importante, pero es la materia prima para la publicidad.

Es difícil escoger, ante una mesa de novedades, ante los anaqueles de una biblioteca o una librería: ayudan algo el género, el tema, el formato, muy poco las solapas o la cuarta de forros⁵². En general, lo decisivo suele ser que el lector —el comprador— *sepa algo* del libro, que haya oído hablar de él o haya leído un comentario

⁵² “La solapa —dice Roberto Calasso— es una forma literaria humilde y difícil [...]. Para el lector, es un texto que se lee con sospecha, temiendo ser víctima de una seducción fraudulenta.” Roberto Calasso, **Cien cartas a un desconocido**, Barcelona: Anagrama, 2007 (Trad. Edgardo Dobry), p.15. Una sospecha, añado yo, perfectamente justificada.

elogioso, que reconozca al autor. Digámoslo de nuevo: la fama es fundamental. Para fabricarla, cuando no la trae consigo el personaje, las compañías editoriales tienen que “colonizar” los varios espacios que sirven de referencia habitual para saber de libros: suplementos de periódicos, revistas, programas culturales de radio o televisión, librerías, premios; ese proceso es el que da motivo a la mayor parte de los escándalos del mundo editorial (reseñas “publicitarias”, premios arreglados y demás) porque implica subordinar a la lógica comercial los mecanismos de valoración del campo literario.

En términos prácticos, el propósito del aparato publicitario es producir compradores, y en eso la nueva industria del espectáculo, la nueva industria cultural ha tenido un éxito indiscutible; ha logrado incluso que su producto —una celebridad con contrato exclusivo— sea a la vez mercancía, publicidad y capital⁵³. Se fabrican y se venden más libros que nunca, pero a la vez el campo literario, el de la cultura escrita en general, ha sido alterado en una medida difícil de calcular.

Conviene afinar un poco más. Siempre —en la era burguesa, desde que hay un mercado activo y academias y premios— ha habido escritores de fama efímera, producida de modo más o menos artificial, siempre ha habido escritores comerciales, que venden bien, y no son necesariamente los autores de literatura ligera o popular.

Entre muchas, una alusión de Flaubert:

¡Ah! Sí, son pobres gentes, un pobre mundo, y pequeño, y endeble. Su reputación no dura ni siquiera el tiempo que viven. Son celebridades que no rebasan el término de un alquiler; tienen plazo. Se es reconocido gran hombre durante cinco años, diez años, quince años (y ya es mucho); después todo se oscurece, el hombre y los libros, e incluso el recuerdo de tanto alboroto inútil. ¡Lo duro es el aplomo de esas buenas gentes, su seguridad en la tontería!⁵⁴

⁵³ Característico de la industria contemporánea, como argumenta Sánchez Ferlosio, es que “lo producido por la empresa no sólo es el producto sino también el propio consumidor”, Rafael Sánchez-Ferlosio, **Non olet**, Barcelona: Destino, 2005, p.34 y *passim*.

⁵⁴ Carta a Louise Colet, 21 de mayo de 1853, Gustave Flaubert, **Correspondence**, *op.cit.*, p.223.

No ha cambiado eso. ¿Qué, entonces? La organización de la industria, la lógica del mercado, las prácticas de lectura, la posición de los escritores: la estructura misma del campo literario y la vida pública.