

HACIA UN NUEVO MAPA LATINOAMERICANO: ILUSTRACIÓN Y MERCADO

Bernardo Subercaseaux

En un primer momento el artículo pasa revista —en distintos ámbitos— a la crisis actual de la matriz ilustrada. Junto con ponderar las críticas a dicha matriz, se postula la necesidad de revitalizar algunas ideas-fuerza vinculadas a ella. En un segundo momento se examina el caso de la industria editorial y del proceso del *boom* literario en la década de los 60, como ejemplo de un fenómeno exitoso en que se conjugó utopía y mercado. Finalmente, en la perspectiva de un nuevo mapa latinoamericano, se propone un conjunto de políticas en que se conjugan ilustración y mercado, las lógicas mercantiles u operantes con lógicas de otra índole, el principio de realidad con el del sueño y la utopía.

BERNARDO SUBERCASEAUX. Profesor titular y Vicedecano de la Facultad de Filosofía y Humanidades de la Universidad de Chile. Autor, entre otros, de los siguientes libros: *Historia, Literatura y Sociedad* (1991); *Historia del Libro en Chile* (1993); *Chile, ¿Un País Moderno?* (1996); *Historia de las Ideas y de la Cultura en Chile* (1997) y *Genealogía de la Vanguardia en Chile* (1998), y *Chile o una Loca Historia* (1999).

Una matriz en la mira

Los países latinoamericanos no están constituidos sólo por su territorio y por la sociedad o la gente que los habita, sino también por una actividad constante de articular sentidos, crear sistemas simbólicos (u orden de sentidos) capaces de generar lealtades y vínculos.

Los intelectuales y creadores —a partir del siglo XIX y por lo menos en gran parte del siglo XX— han sido un segmento muy activo en la elaboración simbólica y en el perfilamiento de ejes unificadores de pertenencia, sean éstos utopías o simplemente ideas-fuerza. Miembros de la elite ilustrada y de la intelectualidad político-literaria, desde Bolívar, Sarmiento y Rodó, hasta Gabriela Mistral, Alejo Carpentier, Carlos Fuentes y Beatriz Sarlo —por nombrar sólo a algunos—, han activado un imaginario colectivo, entendido no sólo como un “nosotros” latinoamericano sino también como vocación por la construcción histórica de una utopía.

Tanto en el trasfondo crítico y utópico de los distintos “nosotros” como en el proceso de construcción de una nación de ciudadanos, o en las sucesivas articulaciones de la “gran patria latinoamericana”, en todo este espectro de operaciones de sentido subyacen los parámetros de la matriz ilustrada, una matriz intelectual que está hoy día en el banquillo de los acusados. Cuestionada, en primer lugar, desde la propia realidad. Una realidad en que las estadísticas nos indican que algunos de los emblemas tradicionales de la ilustración —el libro, la imprenta, la Universidad, la nación y el constructivismo social— experimentan un proceso creciente de degradación simbólica. Una realidad en que el “homo videns” está reemplazando al “homo sapiens”, en que el ver está sustituyendo al pensar. Una realidad en que la estética de la esperanza ha sido penetrada por el escepticismo, por la idea de que no hay un vínculo entre palabra y mundo, entre sentido y ser. Una realidad en que la política ha perdido su contacto con la utopía, ha dejado de ser proyecto para transformarse en una mera administración de lo existente; un mundo en que la vida pública se ha trasladado a las páginas de la farándula, en que las ideas y los valores políticos están siendo desplazados por la sonrisa, la habilidad comunicacional o los escándalos de turno.

Los paradigmas ilustrados están también siendo cuestionados —directa o indirectamente— desde diversas actividades intelectuales. Un sector importante de la nueva historiografía se ha construido a partir de una crítica y una deconstrucción del modelo ilustrado, de ese modelo que adscribía la narratividad histórica a los grandes metarrelatos, un modelo que privilegiaba como sujeto histórico a la elite patriarcal, desconociendo una pluralidad

de actores, entre otros, la mujer, los sectores populares y los pueblos aborígenes. Un modelo excluyente que alimentó también la construcción de naciones homogéneas y de ciudadanías restringidas.

En la sociología, la antropología y la comunicación social, se critica el paradigma ilustrado desde variados ángulos. Una vertiente de la sociología esgrime como modelo de comprensión de la cultura latinoamericana al barroco en desmedro de la ilustración, argumentando que mientras el barroco permite “mirar” la heterogeneidad, la ilustración conlleva —dicen— un paradigma marcado por la universalización abstracta y por una concepción que percibe a la historia como realización de una idea. Se critica también al esencialismo culturalista que se observa en algunas de estas disciplinas, culpando al pensamiento utópico de cuño ilustrado de la invención de un específico cultural latinoamericano. Otros apuntan a esta matriz por haber privilegiado el discurso de las ideas y de la razón en desmedro de los discursos del corazón, la cultura escrita en desmedro de la cultura oral. Se critica también a los intelectuales que arriscan la nariz frente a la cultura de masas y las industrias culturales, adjudicándoles una ceguera de raigambre ilustrada (residuo de la Escuela de Frankfurt). Es una ceguera —dicen— pensar que Mercedes Soza es más latinoamericana que el dúo Pimpinela; o no darse cuenta que MTV Latina (la señal de música popular que se emite desde Miami) ha hecho tanto o más por la integración latinoamericana que los discursos de Bolívar. O no comprender que el pensamiento crítico tiene escasas posibilidades de difundirse mientras dispute el sentido de lo público a través de circuitos íntimos de la cultura escrita, como los libros o los congresos académicos. Se nos dice también que aquello que fue perseguido con tanto ardor por las vanguardias —la conexión del arte con la vida— lo ha conseguido de modo mucho más eficiente el mercado. Desde diversas disciplinas se argumenta, entonces, que la modernidad está hoy en día más vinculada a las industrias culturales, a Internet y al mercado audiovisual que a las doctrinas ilustradas o a las estéticas de los letrados¹.

Varias de las críticas a la matriz ilustrada son justificadas, particularmente aquella que critica la forma excluyente en que desde esa matriz se construyeron las naciones hispanoamericanas, también la crítica a la historiografía que desconoce el pluralismo de los sujetos históricos (crítica que ya realizó José Martí en 1891) o el equivocado y simplista tratamiento que hizo el pensamiento ilustrado de lo simbólico afectivo y de la religión².

¹ Las posturas críticas a la matriz ilustrada reseñadas pertenecen, entre otros, a los siguientes autores: Pedro Morandé, José Joaquín Brunner, Néstor García Canclini, Jesús Martín Barbero, Gabriel Salazar, Alberto Fuguet y Jaime Bayley.

² Véase la crítica que hace Eugenio Trías en *La Edad del Espíritu* (1994).

Cabe sin embargo hacer una distinción entre el modelo ilustrado tal como lo entendió Kant en su famoso texto “¿Qué es la Ilustración?” —el “*sapere aude*”, la razón (empírica y crítica), la voluntad de transformar el mundo y el repliegue reflexivo y crítico de la razón sobre sí misma— y el recorte y cierre que tuvo ese modelo en América Latina al ser aplicado por un sector de la sociedad en función de sus propios intereses, despojándolo así de su contenido democrático y abierto. Desde esta perspectiva postulamos que en el modelo ilustrado hay todavía un manantial importante de ideas-fuerza que siguen siendo válidas —libertad, igualdad y fraternidad— un manantial que merece ser productivizado en los más diversos órdenes.

Utopía y mercado: un ejemplo de confluencia

El *boom* de la narrativa latinoamericana, cuya etapa más plena se da entre 1965 y 1972, es significativo en la medida que allí se conjugan un proceso de industria cultural, con un proceso identitario y de integración simbólica del continente con participación de la elite intelectual; una lógica económica y de mercado con una lógica cultural, agentes y medios tradicionales —intelectuales letrados y gestos utópicos— con los nuevos agentes de conformación del campo cultural —la industria cultural y la cultura de masas.

La palabra “boom” apunta a auge, a una cotización en alza, lo que marca desde el nombre su dimensión mercantil. ¿Cómo se produjo este auge? Por una parte se dio un grupo de obras narrativas de autores de distintos países, entre otros, Julio Cortázar, Juan Carlos Onetti, Juan Rulfo, Miguel Ángel Asturias, Alejo Carpentier, Ernesto Sábato, Carlos Fuentes, José Donoso, Jorge Luis Borges, Gabriel García Márquez, Augusto Roa Bastos, Mario Vargas Llosa y José María Arguedas, autores de distintas edades y sin un ideario estético común. Muchos de ellos venían publicando desde hacía varias décadas pero sus obras no habían alcanzado difusión masiva y sólo eran conocidas por un pequeño círculo de iniciados. Antes de los años 60 las obras de Cortázar, de Asturias, de Onetti o de Borges apenas alcanzaban ediciones de 2.000 ejemplares, ediciones que permanecían por largos años en las librerías, sin agotarse; en el momento del *boom*, sin embargo, las mismas obras alcanzan tirajes promedios de 20.000 ejemplares anuales y con bastante frecuencia se agotan, lo que requiere de dos o tres ediciones por año³.

³ Ángel Rama (ed.) (1981).

Se asiste a un fenómeno inédito: a un público lector y a una demanda y circulación masiva de obras de autores latinoamericanos. Un rol importante en este proceso desempeñan una serie de editoriales, que actúan como mediadoras y promotoras. Editoriales básicamente argentinas (como Losada, Emecé, Sudamericana y Galerna), o mexicanas (como Joaquín Mortiz, Era y Fondo de Cultura) o españolas (como Seix Barral, Lumen y Anagrama), pero también uruguayas como Arca, o chilenas como Universitaria. Se ha hablado de “editoriales culturales”, pero eran y son editoriales comerciales, con producción a escala, con intentos de ampliar los mercados, y con la presencia ineludible de una lógica mercantil.

El fenómeno del *boom* estuvo acompañado de vedetismo o de *star system*, de escritores capaces de articular un discurso interesante y de opinar sobre los temas y utopías más candentes del momento. Las revistas y sobre todo la entrevista a los autores se convirtió en un verdadero género periodístico, afianzando así un sistema de marketing que para las editoriales prácticamente tenía costo cero. Convertido el escritor en una estrella, se generó así una presión por parte del público lector —presión que fue mediada por las editoriales— para que los novelistas aumentaran su productividad. Se dio así un fenómeno nuevo en América Latina y en España: el paso de un mercado de consumo literario de elite a uno de masas.

¿Qué factores incidieron en este proceso? Hay fenómenos de larga duración que de alguna manera cristalizan en la década de los sesenta: el desarrollo urbano, el aumento demográfico, el notorio progreso de la educación primaria, secundaria y universitaria en la postguerra. No es casual que los recintos universitarios se constituyeran en el público predilecto y más masivo del *boom*. La explicación fundamental de la emergencia y posterior desdibujamiento reside a nuestro juicio en un clima intelectual de época y en los rasgos del imaginario de entonces, rasgos que fueron activados por la revolución cubana que operó como foco de una nueva etapa de latinoamericanismo, de un clima ideológico que luego por factores históricos terminó diluyéndose.

Fue el clima intelectual y el macrorrelato de una utopía socialista latinoamericana lo que explica en gran medida el *boom* como también los alineamientos, tensiones, polémicas, roces y epítetos que se dan entre los escritores que formaron parte del fenómeno. Es indudable que el éxito de la literatura latinoamericana en torno a la década del sesenta se vincula con la convicción —compartida tanto en el continente como fuera de él— de que la tormentosa historia del continente había entrado en una etapa resolutive. Ello da una eficacia nueva a motivos nada nuevos en la conciencia latino-

americana, como el que postula una unidad de raíz y destino para la región⁴.

Hay en el fenómeno del *boom*, entonces, una suerte de reverberación y de producción de presencia con respecto a lo que estaba ocurriendo en América Latina en el plano sociohistórico. Ello explica que gran parte del interés de los lectores y de la prensa por los escritores se relacionara con la postura que ellos tomaban respecto a tales acontecimientos, y bastante menos por la consideración estética de sus obras. Fue un clima cultural en que la política y el espacio continental ocupaban un lugar preponderante, especialmente para la juventud, pues allí estaba el terreno de la épica, del imaginario utópico, del futuro, del cambio, del espíritu de vanguardia, un clima intelectual y un imaginario muy diferente al que vivimos hoy en día, en que de alguna manera la racionalidad económica determina el campo de lo político y la disputa política se ha reducido —para bien o para mal, según el punto de vista— a una especie de técnica de la “real politik”, a una mera competencia sobre quién puede administrar mejor lo existente.

Precisamente el rol fundamental que desempeñó el imaginario latinoamericano y el clima intelectual de la época, explica el desdibujamiento del fenómeno como industria cultural e identitario, pues la fecha tope del *boom* —hacia 1972 para algunos y hacia 1975 para otros— coincide con el reemplazo del clima anterior por un clima antiutópico, por un clima que revela una cierta postmodernización de la cultura latinoamericana.

Podría en síntesis sostenerse la hipótesis de una falta de autonomía en términos de apelación identitaria de la industria cultural en América Latina, en la medida que fue el clima político intelectual de utopía lo que en definitiva posibilitó el auge de la industria editorial y no al revés. Hipótesis que por supuesto nos regresa a lo que señalábamos en el primer acápite: a la importancia de los intelectuales y creadores alimentados por la matriz ilustrada, a los agentes y medios que históricamente han operado en la constitución de un espacio cultural común, aun cuando éste sea mediado por la industria cultural.

En apoyo de la hipótesis desplegada en este acápite podría finalmente traerse a colación el *miniboom* actual de la literatura feminista, fenómeno que sin duda está relacionado con el movimiento feminista y con un proceso intelectual y político que apunta al rescate de la diferencia y a la valorización del sujeto femenino; una literatura, en definitiva, con una causa.

⁴ Tulio Halperin, “Nueva Narrativa y Ciencias Sociales Hispanoamericanas en la Década del Sesenta” (1981).

Un proyecto conjunto

Cabe señalar que hoy en día cuando se constata un cambio de proporciones en la organización de la cultura, debiera también constatarse que hay una cierta ideología del cambio y que ésta tiene sus apóstoles y sus gurús, una ideología que tiende a desconocer el rol de ciertas instancias de raíz ilustrada, que si bien ya no ocupan el rol que tuvieron en el pasado siguen sin embargo operando. En esta perspectiva, la consolidación de un espacio cultural latinoamericano no debería dejar afuera el rol que pueden desempeñar —en un proceso de esta índole— los intelectuales y creadores, las universidades y revistas, los congresos y reuniones académicas.

Se ha dicho muchas veces que en el pasado la utopía americanista significó mucho discurso y pocos hechos. Aun cuando algo pueda haber de ello, creemos que es un análisis simplista. Todo indica que cuando se trata de integrar un espacio latinoamericano, resulta conveniente combinar las lógicas mercantiles u operantes con lógicas de otra índole, el principio de realidad con el del sueño y la utopía, el cuerpo con el alma, los dictámenes del bolsillo con las ideas-fuerza, el imaginario cultural de masas producido por la TV y el imaginario cultural más tradicional que proviene de la escuela, el libro y la universidad. En síntesis, el mercado y la utopía.

En el contexto de lo señalado, y considerando los ejemplos de políticas públicas en el caso de España y de Canadá, visualizamos cuatro grandes operaciones tendientes a afianzar un espacio común latinoamericano: operaciones en que se conjugan la utopía ilustrada y el mercado. También una condición (o precondition) de clima político intelectual: la profundización de la democracia apuntalada por el repliegue de la razón crítica sobre sí misma.

1. *Operación audiovisual*: hay indicadores que señalan el rol hegemónico de lo audiovisual y de la televisión en la industria cultural. Un rol hegemónico no sólo con respecto a la sociedad, sino con respecto al resto de las industrias culturales. El equipamiento televisivo en América Latina se encuentra por sobre los promedios de los países asiáticos; en Chile y Argentina, por ejemplo, más del 95% de los hogares tienen televisión. El lenguaje audiovisual hoy por hoy tiene preeminencia sobre otros lenguajes. Los alfabetizados audiovisuales superan con creces a los alfabetizados en la lecto-escritura. En países con altos índices de analfabetismo, como Honduras (casi un 48%), este desfase es clarísimo. La legitimación social que hoy día alcanza la imagen en la pantalla no tiene competencia. La existencia social y cada vez más la identidad (aunque sea como ausencia) pasan por el lenguaje audiovisual. La constitución de un “nosotros” latinoamericano re-

quiere de ese lenguaje. Desde esta perspectiva la industria cinematográfica y la industria televisiva (abierta y por cable) son industrias que juegan un rol en términos de identidad. Por otra parte son industrias en que lo latinoamericano apenas está presente, salvo en algunos géneros como la telenovela y lo melodramático. El porcentaje de producción foránea que circula no guarda ninguna relación con el porcentaje de producción endógena. La creación audiovisual en idiomas nativos o referida a temas latinoamericanos, o ambientada en Latinoamérica, es mínima. Ello incide, sin duda, en nuestra autoimagen como latinoamericanos y también en el modo como nos perciben otros.

Todo indica que es necesario aunar esfuerzos para aumentar la producción audiovisual latinoamericana, en los más diversos géneros, atendiendo al espesor cultural de nuestras sociedades. Algo se ha hecho en términos de incentivar coproducciones o de crear Fondos —como Ibermedia, por ejemplo—; sin embargo se trata de acciones insuficientes por cuanto no enfocan con montos adecuados el circuito completo de la producción audiovisual, y por lo tanto las posibilidades de lograr cuotas de mercado en un terreno en que los Goliats están firmemente asentados, son muy escasas. Las declaraciones y los buenos propósitos ya no sirven. El esfuerzo por lo tanto debe ser integral y mancomunado, tanto respecto a los agentes que se involucren —sector privado, Estado, creadores, artistas y sus asociaciones— como por las dimensiones que se aborden —niveles de financiamiento, producción, calidad del producto, promoción, circulación y consumo. Se requiere un enfoque integral que abarque toda la cadena, de otro modo será prácticamente imposible incrementar la producción audiovisual endógena de los países latinoamericanos. Debido a problemas similares algunos países europeos, sobre todo España, deberían ser nuestros aliados en esta operación.

2. *Operación Brasil* (para los países latinoamericanos, y *operación Latinoamérica* para Brasil): con sus alrededor de 160 millones de habitantes Brasil corresponde en términos demográficos a casi un tercio de América Latina. En términos geográficos si se saca a Brasil del continente, América Latina se convierte en un región cóncava y esmirriada. Un “nosotros” latinoamericano sin Brasil es un “nosotros” esquelético y tallarinesco. Por razones históricas y de lengua la integración cultural entre Brasil y los países hispanoparlantes ha sido en el pasado escasa. Hay razones de la más diversa índole —económicas, políticas, geográficas y estratégicas— que justifican un esfuerzo sistemático y decisivo por darle un vuelco a esta desconexión. Para ello es necesario recurrir a todas las industrias culturales —desde la industria de la telenovela hasta la industria editorial—, también

a los mecanismos y agentes tradicionales y de modo muy especial a las universidades.

Por ejemplo, en cuanto a la industria editorial, Brasil cuenta con una producción literaria de extraordinaria calidad (más de 45.000 títulos anuales), de la cual en el mundo hispanoparlante sólo se conocen algunos autores (¿conoce acaso el lector la existencia de novelas como *Quadrup* o *Cidade de Deus*?). No cabe duda que una (o varias) editoriales privadas transnacionales podrían seleccionar y traducir una treintena de títulos importantes y comercializarlos con buenas posibilidades en el circuito hispánico. Con seguridad habría también recursos y editoriales brasileñas interesadas en una iniciativa de esta índole. Estamos en un momento privilegiado para llevar a cabo este tipo de iniciativas, tanto en la industria cultural del libro como en otras áreas (industria discográfica, por ejemplo). En Brasil recientemente se ha decretado la enseñanza obligatoria del español a nivel de la educación media en varios Estados, lo que abre para Hispanoamérica grandes posibilidades de intercambio e interés cultural.

3. *Operación lengua*: la lengua es la expresión más particular de un pueblo. La lengua es el soporte del pensamiento y de la experiencia humana. La lengua es un vehículo de identidad y uno de los patrimonios culturales más significativos. Aunque América Latina es un continente multilingüe (y por lo tanto también hay que preocuparse de los idiomas indígenas), el español es la lengua más importante y mayoritaria de la región, es nuestra “lingua franca”, la lengua del “nosotros”. Su preservación y su lugar en los productos de las industrias culturales es un tema que merece, por ende, consideración.

Particularmente preocupante resulta la situación de Internet, donde el inglés —o el spanglish— ocupa casi un 90% de la red y por cierto es el idioma clave para todos los mecanismos de búsqueda. Sin desconocer las grandes posibilidades de la red, se la ha mitificado como un espacio democrático y abierto, en que de alguna manera las relaciones de poder del capitalismo tardío estarían neutralizadas. Esta visión desconoce que en Internet de modo creciente los servicios que en un comienzo eran gratuitos están requiriendo cancelación, desconoce también los intereses y el punto de vista con que se suele organizar la información. Por ejemplo hace poco, recurrimos a las máquinas Yahoo y Alta Vista para visitar los sitios web bajo el llamado “Chile”, con sorpresa nos dimos cuenta que un número importante de estos sitios, casi tantos como los relativos al país, correspondían a Chile Pepper Company, una compañía de aliños, ajés y condimentos. El lugar que ocupa Chile como país para la mirada de ese “otro” que son los usuarios del Norte, nos sitúa a la par con Chile Peppers, lo que

revela que la organización del ciberespacio, y de la información que lo habita, no es neutra ni aséptica, sino que patentiza un determinado punto de vista. El resguardo de la lengua en los productos de las industrias culturales y en las nuevas tecnologías resulta, por ende, un tema que debiera abordarse en términos de resguardo de la identidad y patrimonio cultural latinoamericano. De otro modo corremos el riesgo de dejar de ser países y convertirnos en “Chile Peppers”.

4. *Operación tradicional* (pero puesta al día): como señalamos en la primera parte de este trabajo los intelectuales y creadores han desempeñado en el pasado un rol importante en los corredores de ideas y en la constitución de un mapa cultural latinoamericano. También instituciones como las universidades y revistas. Hoy en día, ante dinámicas generadas por los procesos de globalización —dinámicas de homogeneización y también de heterogeneización— estamos asistiendo a un reciclamiento de los viejos temas de la identidad y la cultura propias. A una discusión tanto sobre el concepto de identidad como sobre la necesidad de proteger y resguardar el patrimonio e incorporar la variable cultural en los procesos de modernización y desarrollo. En este contexto los intelectuales, creadores e investigadores, que representan una de las voces más críticas ante el orden neoliberal, están llamados a desempeñar un rol importante en la revitalización de la variable cultural y de la creatividad. También están llamados a jugar un papel en el reencantamiento con la democracia, en la profundización de la democracia política y en su ampliación a una democracia comunicacional y cultural, reencantamiento que posibilita un nuevo mapa latinoamericano y constituye una condición (o una precondition) necesaria para llevar a cabo con vitalidad e imaginación las operaciones a que nos hemos referido.

Cabe señalar, finalmente, que al postular la operación tradicional no estamos postulando la ciudad letrada por encima de la cultura oral; sólo estamos reafirmando —en un contexto intelectual en que hay una cierta ideología de la oralidad, de lo massmediático y de la antiilustración—, estamos reafirmando, decíamos, la importancia y osmosis de ambas matrices, tanto en el campo identitario como en el de la integración de un nuevo mapa cultural latinoamericano.

Si bien podemos convenir con Goya que “el sueño de la razón produce monstruos”, también es necesario precaverse —y mucho— de los monstruos que se generan cuando la razón carece de sueños.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Trías, Eugenio. *La Edad del Espíritu*. Barcelona, 1994.

Rama, Ángel (ed.). *Más Allá del Boom: Literatura y Mercado*. México, 1981.

Halperin, Tulio. "Nueva Narrativa y Ciencias Sociales Hispanoamericanas en la Década del Sesenta". En Ángel Rama, *Más Allá del Boom: Literatura y Mercado*. México, 1981. □