

APUNTES SOBRE UNA PARADOJA: A PROPÓSITO DE LAS NOVELAS BEST-SELLERS VENEZOLANAS

Pedro Luis Vargas Álvarez
Universidad Simón Bolívar, Venezuela
luisvargas@usb.ve

Resumen:

En este trabajo me interesa pensar una categoría más bien paradójica: la de la novela *best-seller* venezolana. Quisiera mostrar el modo en que esta noción permite reconstruir las relaciones entre lectura, edición y producción de las novelas *Falke* de Federico Vegas y *El pasajero de Truman* de Francisco Suniaga en un horizonte que deslocaliza la especificidad de lo literario y pone a las novelas dentro de un circuito en el que el debate político e histórico se vuelve mercadeable.

Palabras clave: best-seller, narrativa venezolana, producción literaria.

Abstract:

In this paper I attempt to characterize a paradoxical category: the Venezuelan best-seller novel. This notion allow me to reconstruct the relationship between reading, editing and production of the novels Falke and El pasajero de Truman, all of this in a horizon that shift the literary specificity and puts the novels in circuit in which political and historical debate becomes marketable.

Keywords: best-seller, Venezuelan narrative, literary production.

Recibido: 13/10/2014

Aceptado: 2/12/2014

En este artículo intentaremos trazar las líneas de una categoría probable -la de la novela *best-seller venezolana*-, para analizar los posibles y los paradójicos cruces que entre política, mercado y literatura se dan dentro del llamado “auge editorial” en Venezuela¹. En primer término, trataremos de plantear la noción de *best-seller* desde unos principios que excedan las lógicas cuantitativas y globalizadoras de la producción editorial (nada de cifras imposibles o de libros que se leen más allá de nuestras fronteras), toda vez que -como se verá- la propia noción de mejor vendido responde más a una manera de leer, editar y escribir literatura que a un asunto de cifras. Más bien quisimos pensar el

¹ Son innumerables las declaraciones de los distintos agentes del campo literario venezolano que sugieren abiertamente o de manera más o menos encubierta que el llamado “auge editorial privado” es un fenómeno cuya explicación última se encuentra en el orden de lo político. Así lo deja ver por ejemplo Ana Teresa Torres (2006), una de las más conspicuas representantes del incipiente proceso de rearticulación del campo de las letras nacionales, cuando hace observaciones como éstas: “Somos nosotros los escritores venezolanos a quienes correspondió ser protagonistas y testigos de una vuelta de siglo que fue mucho más que una efeméride. Se vio signada por la espera de un nuevo milenio que nos recibía con la devastación ocasionada por las inundaciones del 15 de diciembre de 1999, y el advenimiento de un proyecto político autodenominado Revolución Bolivariana [...] que trajo consigo el enfrentamiento encarnizado de las opiniones, las acciones y, sin duda, los sentimientos” (911). Y, más adelante, continúa Torres (ob. cit.): “A la vez que las fronteras entre los escritores y la sociedad tienden a borrarse tenuemente, una invisible línea señala los territorios de un mapa insólito en la literatura venezolana: escritores «de oposición» y escritores «del oficialismo» (913). Al lado de estas declaraciones se pueden conseguir otras que apuntan a relacionar el auge editorial con la coyuntura política. Es el caso, por ejemplo, de Carlos Pacheco (2007) quien afirma que: “Este discreto pero innegable auge editorial se ha manifestado sobre todo en obras de tema político e histórico” (8). En una línea similar, se presentan las declaraciones de Rodrigo Blanco Calderón (2008) quien, citando a Borges, hace ver que las “desdichas” presentes existen para que se narren (s/p.), y, por supuesto, las “desdichas” son políticas. Además de las declaraciones de Torres, Pacheco y Blanco Calderón, también el editor Sergio Dahbar (2008) en una entrevista concedida a la revista *Producta* explica el “auge editorial” desde una perspectiva similar: “Se está viviendo un excelente momento del libro en Venezuela. Se está vendiendo mucho, el autor nacional está publicando y eso es muy bueno. Este fenómeno se debe a varias razones: primero que el país está en un proceso de incertidumbre y la gente busca en los libros entender lo que pasa” (s/p.). En este mismo número de la revista *Producta* también declara Simón Alberto Consalvi (2008), director de la colección Biblioteca Biográfica Venezolana, del diario *El Nacional*; para este la explicación del “auge editorial” es la misma: “Hay que reconocer a Chávez en su empeño por falsificar la historia, lo que ha llevado a la gente a querer conocerla” (s/p.). La nómina de agentes del campo que asume la presencia o el discurso de Chávez como elemento que motoriza la producción, la edición y la lectura dentro del llamado “auge editorial” es muy vasta; sin embargo, cabe aún mencionar el trabajo del narrador y crítico venezolano Miguel Gomes (2007) quien en el *Papel Literario* del diario *El Nacional* publicaba un texto titulado *Nocturama y el ciclo del chavismo*, en donde nuevamente era la figura de Chávez el núcleo organizador de la interpretación.

best-seller en su relación posible con una manera de articular, en el mercado, la literatura y los marcos desdibujados que ponen los límites entre realidad y ficción. Este último es un planteamiento que busca, en definitiva, pensar el *best-seller* como escritura o literatura *postautónoma*². En segundo término, revisaremos cómo se trama esta última relación en las novelas *Falke* (2006), de Federico Vegas y *El pasajero de Truman* (2008), de Francisco Suniaga, es decir, verificaremos cómo estas obras ingresan en el mercado en la medida en que se hacen parte de la fábrica de la *imaginación pública*³.

I

Una novela mejor vendida, una novela *best-seller*, es en primer término un texto que ocupa un espacio en una lista que la postula como tal: novela que se vende mejor, que se vende mejor que otras, que vende más que otras. Este es el uso que se le da al término desde que, en 1895, Harry Thurston Peck, dentro de su revista *The Bookman*, comenzara a publicar la lista de los libros mejor vendidos en varias ciudades americanas. Desde el comienzo, pues, se trata de un criterio que nada tiene de literario: no se dice que la novela que venda más sea mejor desde el punto

² Tal y como las piensa Josefina Ludmer (2006) las *escrituras* o *literaturas postautónomas* son discursos donde lo que se registra es la carencia y la ambigüedad. Estos discursos se presentan en medio de un territorio (el de la globalización de los capitales editoriales) en el que los proyectos estéticos son subsumidos en la lógica económica y en el marco de una realidad que ha desdibujado los límites entre realidad y ficción. Para Ludmer (2006): “Las literaturas posautónomas [esas prácticas literarias territoriales de lo cotidiano] se fundarían en dos [repetidos, evidentes] postulados sobre el mundo de hoy. El primero es que todo lo cultural [y literario] es económico y todo lo económico es cultural [y literario]. Y el segundo postulado de esas escrituras sería que la realidad [si se la piensa desde los medios, que la constituirían constantemente] es ficción y que la ficción es la realidad” (en línea).

³ El término también le pertenece a Josefina Ludmer (2006) y lo usa para referirse a “[...] todo lo que circula, los medios en su sentido más amplio, que incluye todo lo escrito y que es algo así como el aire que respiramos. Todo lo que se produce y circula y nos penetra, y que es individual y social, privado y público, imaginario y “real”. La categoría de imaginación, que tomo de Appadurai, incluye en su interior toda la historia de lo imaginario: el imaginario social, la idea de la escuela de Frankfurt de imágenes producidas mecánicamente, la idea de comunidad imaginada y la de institución imaginaria de la sociedad. Y la pienso pública de un modo utópico y despropiado, desprivatizador: como un trabajo social, anónimo y colectivo, sin dueños, que fabrica presente y realidad” (en línea).

de vista crítico o desde cualquier otro punto de vista. De hecho, que se venda mucho la novela, que se compre, que se regale y que aparezca en todas las redes de distribución posibles, no implica que se lea. De tal suerte que la identificación entre calidad y cantidad viene después y responde a lo que Burello (2009, en línea) llama –no sin cierta ironía– “un sistema de legitimación racional”; lo primero es un mecanismo de *marketing*. Se trata de la presentación de la novela, por parte de los editores, como suceso: la novela *best-seller*, entonces, comienza a asemejarse a la noticia; el público reconoce la presencia en el mercado cultural de un objeto que ha despertado el interés de otros. Y la lista de mejores vendidos –en un sentido– sólo habla de eso, de interés, puesto que, en la mayoría de los casos, ni siquiera se presentan las cifras de venta. Afirma David Viñas (2009) que:

[...] la lista de los más vendidos aspira a ser, fundamentalmente, el desencadenante de un impulso mimético. No persigue únicamente un objetivo informativo, pues entran en juego también otros objetivos característicos de la comunicación mediática, como son el objetivo de seducción y el objetivo persuasivo (63).

Se trata del uso de la lista de mejor vendidos como un mecanismo para dar a conocer al público qué es aquello que interesa a los otros. Y en todo caso lo que esta información contiene –a la manera de cualquier eslogan publicitario– es una afirmación bastante escueta: “estas novelas venden mucho” y, más importante aún, “estas novelas se compran mucho”. Es decir, que la aparición de la lista pone al consumidor en situación de desear aquello que los otros ya han deseado. En todo caso, lo que la lista de mejor vendidos supone para el lector-consumidor es un examen:

[...] forzosamente superficial, [que] se limita a informar sobre los resultados que van produciéndose en el mercado editorial teniendo sólo en cuenta las cifras de venta, pero sin llegar a facilitarlas. La única marca de autenticación que a veces (no siempre) registran con el fin de ganar la máxima credibilidad y demostrar que se ajustan a un principio básico de seriedad consiste en explicitar las librerías consultadas. Son luego las editoriales las que tratan de ampliar la información ofrecida en las listas indicando en la faja que añade a la cubierta del libro el número de ejemplares vendidos y de las ediciones ya alcanzadas, y de este modo se entra en otro nivel publicitario, mucho más directo ya, donde el objetivo de hacer saber deja ya claramente paso al hacer valer [...] (Viñas, 2009: 65).

Así pues, a lo que se enfrenta en principio el consumidor es a una frase, absolutamente desprovista de soporte, que le hace saber qué se lee más. Lo que sucede luego es que las editoriales presentan esta información como un rasgo del valor de la obra y ponen en funcionamiento criterios de legitimación que nada tienen de literarios. En todo caso, la lista de mejores vendidos opera dentro del campo de la gran producción de manera similar a cómo lo hace el canon; es, de hecho un canon, que funciona a partir de principios de legitimación absolutamente heterónomos.

En el caso venezolano no hay una sola lista de mejor vendidos que por tradición y regularidad sirva para crear el efecto que hemos descrito más arriba. En la mayoría de los casos estas

listas se contradicen y son poco creíbles⁴; sin embargo, se nota que durante el auge editorial o a raíz de él se hicieron algunos intentos por crear estos dispositivos o algo similar a ellos. Por lo heterogéneo de sus propuestas quizá valga la pena mencionar lo que hicieron la revista *Producto* en el año 2008 y a su lado, un poco más cerca en el tiempo, la lista de las 10 obras de narrativa venezolana que se presentó, en abril del año 2010, en el *Papel Literario* del diario *El Nacional* como confirmación y balance positivo de una década fructífera en las letras venezolanas. Las dos publicaciones parecieran ser bastante disímiles en su propósito. En el caso de la revista *Producto* (2008) su título – “Leer es un Negocio”– ya es revelador. El número se dedica a pensar el auge editorial venezolano y sus causas, a ofrecer datos sobre la frecuencia lectora, deja opinar a librerías y editores sobre el fenómeno, etc.; y, a pesar de que no dice nada de las novelas “mejor vendidas”, sí es su sola publicación un buen argumento para sostener la idea de que esta categoría es pensable dentro del mercado venezolano. La otra publicación, la del *Papel Literario* (2010), sí postula una lista, si no de mejor vendidos, sí de los textos narrativos más importantes de la primera década, entre los que se encuentran varios *best-sellers*. Más allá de los títulos de las obras, entre los que destacan las novelas *La enfermedad*, *Falke*, *El pasajero de Truman* y *La otra isla* –todas novelas con más de tres ediciones de un tiraje promedio de 5.000 ejemplares cada una, según señalan (en algunos casos) las propias novelas en sus portadas-, es interesante pensar en el cruce poco común de unas instancias de consagración tan heteróclitas. Es decir, que la literatura venezolana sea al mismo tiempo “un negocio” y que una parte de este negocio sea legitimado casi canónicamente dentro de una publicación que se podría considerar como culta,

⁴ Quizá el informe más serio al respecto sea el que publica el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLALC). En su Boletín n°18 se preocupa por dar cuenta de cuáles son los libros más vendidos en Venezuela durante el año 2006. Para hacerlo consulta a tres librerías, uno de los cuales es un librero que representa a la página web Ficción Breve. Por supuesto, los resultados dicen poco o nada. Se presentan tres listas distintas de diez libros y salvo *La otra isla*, de Francisca Suniaga, ninguno de los libros repite. El boletín puede ser consultado en http://www.cerlalc.org/secciones/publicaciones/boletin_red_de_librerias/boletin_18/boletin_18.htm

está hablando de un movimiento en el campo que lo orienta hacia el mercado. Pero esta diáspora o éxodo, que es sin duda un rasgo post-autonómico, también habla de la complejidad de unos textos que pueden ser pensados como algo más que un simple producto editorial. El caso de estos *best-sellers* venezolanos es mucho más complejo entonces, porque aunque pasan por todo el trabajo de mercadeo y se les puede reconocer como parte de un fenómeno de mercado, también poseen algún tipo de calidad literaria.

Desde el punto de vista estructural, un *best-seller* encaja dentro de lo que Umberto Eco (1995) define como “novela popular”: novela dirigida a un público masivo. En todo caso se trataría, en primer término, de un texto que posee una intriga bien trabada y que reconcilia al espectador. Es decir, el *best-seller* es un texto que fue urdido para que se desarrollara de la manera en que el lector esperaba que lo hiciera: es un texto que comparte el sistema de expectativas de su público y que lo complace. En este sentido, el *best-seller* articula una serie de lugares comunes que han sido determinados por la tradición: caracteres prefabricados, soluciones previstas de antemano, reconocimiento de lo ya conocido, iteraciones continuas, lucha del bien contra el mal que se resuelve a favor del bien (según los valores dominantes de la época), denuncia de las injusticias sociales, etc.

Según Marcello Burello:

Por dentro, de inmediato pueden pensarse algunas premisas en atención al “lector promedio”: intenso punto de ataque inicial, oraciones no demasiado extensas, vocabulario no demasiado preciosista, trama con peripecias diversas, identidades y misterios revelados al final, tema actual, verosimilitud mínimamente aceptable en las representaciones, predominio de las acciones externas –incluyendo el diálogo por sobre la introspección psicológica, uso

dosificado de las técnicas del suspense y el in crescendo, montaje de subtramas paralelas, etc., etc. (2009: en línea).

Muniz Sodré (1985), por su parte, trata de explicar la relación del *best-seller* con los géneros literarios utilizando como criterio la actualidad informativa periodística que poseen:

Romance policial- Informações de natureza criminológica, judiciária, etc.

Ficção científica- Vulgarização e antecipação de grandes descobertas científicas ou então conjecturas sobre o relacionamiento entre o homem e a tecnociência.

Romance de terror- Conhecimentos biológicos ou antropológicos em torno dos padres de “normalidade” humana.

Romance sentimental- Doutrina ou informações de natureza ética relativas aos fenômenos do amor ou da sexualidade (26).

Ahora bien, pensar el *best-seller* en sentido tradicional (libro que vende mucho) resulta quizá más complicado. En este sentido, se trataría de un concepto que sólo podría emplearse en términos relativos: un *best-seller* en EE.UU. es un libro que alcanza unas ventas equivalentes al 1% de la población del país (Gutiérrez Giraldo, 2006). En Venezuela, donde no hay una tradición lectora, lejos estamos de éxitos como el de *El Código Da Vinci*, *Gomorra* o *Harry Potter*; con ese criterio habría que concluir que no existen *best-sellers* en el país. Pero, como indica Gutiérrez Giraldo (ob. cit.), un libro que alcance más de 5000 ejemplares en Hispanoamérica, ya debe llamar la atención por su éxito de ventas. Es decir, que el concepto de *best-seller* debe fijarse de acuerdo con el contexto, considerando las cifras normales de ventas en un mercado específico.

II

En el año 2009 Federico Vegas y Francisco Suniaga sostenían una conversación. De hecho -recuperando el uso antiguo del verbo- se entrevistaban. Lo que sigue es un fragmento de este diálogo:

FS: Todos estamos más o menos limitados por la imposibilidad de la verdad. Es mejor arrancar no sé si tanto con una mentira, pero sí con la ficción.

FV: Sin el peso de la verdad.

FS: Sobre todo en nuestro caso. Ambos hemos hecho novelas que tienen que ver con la historia; a mí no me gusta llamar a mis novelas históricas, porque parece que ahora...

FV: Yo ahora sí. La novela que estoy escribiendo da vueltas alrededor del asesinato de Delgado Chalbaud, el presidente de la junta militar formada en 1948 después de derrocar a Rómulo Gallegos, presidente democrático elegido dos años antes. [...] En todo caso, a quien me pregunta le digo: “Va a ser una novela histórica”. Además, se venden más, ¿cuál es el problema? (risas)

FS: Hay una gran preferencia en el público venezolano por las novelas históricas, porque la gente quiere una explicación de lo que ahora nos pasa desde las experiencias pasadas.

FV: Sobre todo a raíz de Chávez (Suniaga y Vegas, 2009, en línea).

Quizá el propio hecho de que exista la entrevista podría ser más elocuente que lo que se pueda llegar decir. En principio son dos escritores conversando de las posibilidades de la historia,

la mentira y la ficción. Uno de ellos asume con cierta incomodidad que sus novelas sean calificadas como históricas; el otro declara que aquel es un género con el que se siente cómodo –tanto que se propone escribir una nueva novela de este tipo. Sin embargo, con facilidad y mucha sinceridad –hay que decirlo– se cuelan en la conversación tres nombres: ventas, historia y Chávez. Podría ser curioso pensar el diálogo, entonces, desde la yuxtaposición de unos términos que se podrían articular en la serie historia/mentira/ficción/ventas/historia/ Chávez. Allí, en esta concatenación, se encuentra la clave que permite aproximarnos a las novelas *Falke* y *El Pasajero de Truman* como obras que pertenecen a un campo desautonomizado y despliegan un tipo de escritura que –para decirlo con Ludmer (2006)– podríamos llamar postautónoma. En este diálogo se revela un campo literario penetrado por la manera en que desde la imaginación pública se trata de reconstruir el presente, recurriendo a la ficción y a la historia, para rearticular aquello que Benedict Anderson (1993) llamó “la comunidad imaginada”. Así vemos cómo se asume, en esta conversación, la existencia de un espacio literario en el que por un agujero –el mismo que permite los éxodos de las escrituras hacia territorios poco convencionales– ingresó el discurso de Chávez sobre la historia política del país. Pero también podemos vislumbrar al menos dos prácticas que van más allá de lo que se dice: en primer lugar, la de los dos novelistas autores de las obras *best-seller* del periodo que se reúnen para reafirmar que sus obras son preferentemente leídas desde un horizonte que las pone a funcionar como alegorías del presente; y en segundo lugar, la puesta en escena de lo que fue –si se piensa que hay “otros” en la sociedad– la lectura que corresponde al auge editorial: un leer(se) entre nosotros.

En todo caso, todo esto es mucho más complejo y merece ser explicado con detalle. Las novelas *Falke* y *El pasajero de Truman* no sólo son las obras que abren y cierran el auge editorial venezolano, sino que también son proyectos estéticos que abordan sin complejos espacios poco ortodoxos: son escrituras en

éxodo que se desplazan sin problemas de lo tradicionalmente literario hacia lo abiertamente político y económico, y que siguiendo este camino lograron la condición de novelas *best-sellers* en Venezuela. Hemos querido explicar cada caso por separado, aunque las similitudes entre las novelas y su funcionamiento sean muchas

Apuntes sobre *Falke*

La novela *Falke*, de Federico Vegas, fue editada por primera vez fuera del país, en el año 2004. Su primera edición venezolana es del año 2005 y registraba para el año 2010 un total de cuatro ediciones. Sin embargo, hay que decir que salvo las ediciones posteriores al año 2010, cuando se le retira el fragmento final titulado “Apostillas”, las tres primeras ediciones son más bien reimpressiones. Las cifras de venta de la novela fueron, en términos comparativos, altísimas. No podríamos dar un número exacto sobre este aspecto, pero baste con decir que, por ejemplo, en su tercera “edición” correspondiente a marzo del año 2006 la novela presentaba en su portada –justo debajo del título y en una letra de mayores dimensiones que las de él– una cifra: 5.000 ejemplares. Ya se sabe que en materia de *best-sellers* las cifras reales importan menos de lo que el sentido común nos dicta: el asunto es presentarse como mejor vendido, pues en definitiva la estrategia es la de “hacer creer”. Sin embargo, se pueden hacer conjeturas: supongamos que el tiraje de cada edición fue en promedio de unos 5.000 ejemplares; entonces, la cifra de ventas se aproximaría al menos a unos 15.000. Esto es –insistimos: en términos comparativos– un verdadero *best-seller* en Venezuela.

Desde el punto de vista de la edición y la pura materialidad de esta novela ya se ha señalado al menos un aspecto: ostenta en la portada el número de ejemplares y, también, el de ediciones. No dice para nada que los ejemplares sean ejemplares vendidos. Esa conclusión la hace el lector-

consumidor. Lo otro que inmediatamente y seguramente le llama la atención a quien va a buscar la novela son sus dimensiones: es, para decirlo con un término impreciso, “gruesa”. Ya se sabe que nadie va a gastar su dinero en un librito. En todo caso, si el libro es malo, por lo menos la inversión se justifica pensando en el costo del papel y la impresión. Seguramente, el lector no fue a comprar esta novela por casualidad –no es un tropiezo en la librería–, muy probablemente ha oído de ella en la prensa, en la casa de algún familiar... Por eso quizá quiera confirmar lo que le han dicho o hacerse una idea de lo que trae el libro. Vayamos a la contraportada: una breve nota de Nelson Rivera sirve de presentación. En ella se señala que esta novela “Hace de un asunto histórico y político pasto de lo personal, de lo que llevado a lo humano y palpitante duele e interroga” (Vegas, 2006). O sea, esta novela le habla al lector de cómo la historia y la política se meten en la vida privada y la desdibujan, o sea, puede ser que este libro hable de nuestro presente político. Por supuesto, lo que no ve el desprevenido consumidor es que todo ese trabajo editorial llevado a cabo por Literatura Mondadori es intencional: él está comprando literatura y no tiene por qué saber que Mondadori es una poderosísima transnacional del libro, cuyo legítimo interés es vender y mantener su negocio. Lo único que el lector quiere es entender su presente; es decir, ésa es su obsesión, y está convencido de que leyendo historia o novelas históricas podría llegar a comprender.

Cuán involucrado está el autor en el diseño de estas estrategias del deseo es difícil saberlo. Lo que sí podemos saber en el caso de *Falke* es que su autor tuvo una importante presencia en los medios de comunicación impresos luego de la publicación de su obra. La novela despertó una intensa polémica que fue recogida por la prensa. Ignacia Fombona Zuloaga reclamaba aparecer en las “Apostillas” de la novela, pues –según ella– su libro *Armando Zuloaga Blanco - Voces de una Caracas Patricia* fue consultado y usado por el autor y no le dio el debido reconocimiento. Por supuesto que, dentro del espacio público, eso

equivale a gritar ¡plagio! Fue el *Papel Literario*, del diario *El Nacional*, el espacio en el que se inició la controversia que día a día iba ganando adeptos.

Independientemente de lo que va a ser un lugar común del debate (decir que no hay polémica, que no se quiere hablar de esto, etc.), o sea, reticencias aparte, la polémica saltó del *Papel Literario* a las páginas de opinión del periódico: *Falke* y su autor, presunto plagiarlo, eran tema para la discusión en común de los lectores del diario *El Nacional*, eran tema de opinión pública. Se aseguraba así la notoriedad de la novela que, por cierto, en ese año alcanzó dos reimpresiones consecutivas.

Apuntes sobre *El Pasajero de Truman*

Comencemos por decir que la novela de Suniaga fue editada también por Literatura Mondadori, esta vez en el año 2008. Ya se sabe que esta transnacional del libro opera según una regla de oro: publicar lo que se venda. Evidentemente esto tiene que ver con un proceso que hace que el objeto libro y las obras que se sostienen en él sean penetrados por una lógica distinta a la que le funcionó a Pierre Bourdieu para explicar cómo en el siglo XIX se generaron instancias de consagración particulares que le permitieron al campo cultural ganar autonomía frente a los poderes político, económico y religioso. En el siglo XXI, el modelo de Bourdieu que pensaba las relaciones entre los agentes del campo y cómo se construía el capital cultural específico parece ceder terreno a explicaciones que piensan en la estructura de la sociedad global. En el ámbito específicamente literario, uno de los cambios que hace que haya que modificar las posiciones de análisis desde donde se pensaba el problema, es precisamente la manera en que las editoriales trabajan con los libros. Según Néstor García Canclini (2007):

La concentración de editoriales clásicas en grupos empresariales manejados por gestores

del entretenimiento masivo hace que se publiquen menos títulos (sólo los de alta tirada) y elimina los que se venden lento, aunque lleven años en catálogo, sean valorados por la crítica y tengan una salida constante (29).

Todo esto, por supuesto, asegura un proceso de desautonomización del campo literario, porque las búsquedas estéticas, si no son reemplazadas, al menos deben coincidir con criterios de rentabilidad económica. Es decir, la manera en que se produce el libro cambia su sentido dentro de la sociedad y mueve las instancias de consagración hacia espacios que cuentan el capital acumulado en términos absolutamente económicos. De allí que lo que antes era un rasgo que le valiera al productor la expulsión del campo literario, hoy en día funcione como signo de distinción.

Si –para decirlo rápidamente– los criterios de consagración han cambiado y de lo cualitativo se han desplazado hacia lo cuantificable, entonces se ve que los datos de edición, número de ejemplares vendidos, tamaño y cantidad de páginas del libro no son sólo informaciones paraliterarias que nada tengan que ver con la obra. Más bien, por el contrario, la obra es –desde cierto punto de vista– esas cifras. Así que regresemos a lo cuantificable en *El pasajero de Truman*. La novela posee al menos tres reimpressiones en gran formato y al menos una versión “de bolsillo”. En la reimpresión del mes de agosto del año 2011 se coloca el dato. Esta vez son cifras de venta destacadas en una franja roja que atraviesa horizontalmente todo el medio de la portada: 30.000 ejemplares vendidos. Por supuesto que se trata de un *best-seller*, de una novela *best-seller* venezolana. La novela cuenta la historia de la locura de Diógenes Escalante. Explica cómo este hombre, destinado a ser el presidente civil y democrático que permitiría a Venezuela entrar por fin al siglo XX y romper con la larga herencia política del gomecismo, simplemente enloqueció. El interés público que despertó la obra

coincidió no con una polémica, sino con una situación. Justo cuando aparece la novela (la primera impresión de la obra es del mes de octubre de 2008) faltaban pocos meses para que los venezolanos decidieran sobre una enmienda constitucional. La propuesta en cuestión era la de reformar un grupo de artículos de la Constitución, para que fuera posible la reelección continua en un cargo de elección popular. No era difícil pensar en la relación de la novela con la diatriba política del momento. Evidentemente, decir que la novela fue construida sólo para intervenir políticamente en el debate sobre la “enmienda constitucional” es leer la novela sólo a partir de un brevísimo fragmento en el que se discute el tema de la alternabilidad en el poder. Como lo prueban las múltiples reimpressiones que hubo luego del 2008 esta obra siguió llamando la atención del público, aún después de la coyuntura antes mencionada. Sin embargo, lo que sí podemos decir es que la novela, al igual que *Falke*, fue leída sobre todo como una reactualización del pasado que nos permitiría comprender el presente.

Conclusión

Una pluralidad de fantasmas compartidos por la opinión pública recorre el incipiente campo literario al que le correspondió el auge editorial privado. Sin embargo, es el fantasma de la historia como repetición, que lee la historia de Venezuela como una serie de procesos civiles (democráticos) que nos debieron conducir por la senda del progreso y que se frustraron y terminaron en militarismo, populismo, o en ambos, el que ha servido como motor para recolocar a algunos escritores dentro de los circuitos de edición y lectura. El fantasma, por supuesto, funciona como núcleo organizador de la realidad y a un tiempo tranquiliza y asusta; pero la verdad es que también vende, y mucho.

Bibliografía

- Anderson, B. *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 1993. Impreso.
- Blanco Calderón, R. *El “boom” editorial en Venezuela*. Fundación para la Cultura Urbana. *Lectorurbano*, Año III, 10, mayo 2008. 4 de mayo 2010. <http://search.freefind.com/find.html?si=2569099&pid=r&n=0&_charset_=UTF8&bcd=%C3%B7&lang=es&query=.%E1%E2%80%9Cboom%E2%80%9D+editorial+en+Venezuela>
- Bourdieu, P. *Las Reglas del arte. Génesis y Estructura del campo literario*. Barcelona, España: Anagrama, 1995. Impreso.
- Burello, M. *Notas sobre el best-seller literario*, 2009. 4 de mayo de 2010. http://www.rayandolosconfines.com.ar_burello.
- Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe, CERLALC. *Red de librerías de Venezuela, Boletín* 18, 2006. 12 de julio 2010. <http://www.cerlalc.org/secciones/publicaciones/boletin_red_de_librerias/boletin_18/boletin_18.htm>
- Consalvi, S. Entrevista. *Leer es un negocio. Producto*, 2008. 5 de noviembre 2010 <<http://www.producto.com.ve/290/>>
- Dahbar, S. Entrevista. *Leer es un negocio. Producto*, 2008. 5 de noviembre 2010. <<http://www.producto.com.ve>>
- Eco, U. *El superhombre de masas. Retórica e ideología en la novela popular*. Barcelona, España: Lumen, 1995. Impreso
- García Canclini, N. *Lectores, espectadores e internautas*. Barcelona, España: Gedisa, 2007. Impreso.
- Gomes, M. *Nocturama y el ciclo del chavismo. Papel Literario de El Nacional*, 24 marzo 2007: 5-7. Impreso.
- Gutiérrez Giraldo, R. *Ficciones literarias latinoamericanas en la época de las multinacionales del libro. Estudios. Revista de investigaciones literarias y culturales*. 14. 28 (julio-diciembre 2006): 31-60. Impreso.
- Ludmer, J. *Literaturas postautónomas*, 2006. 4 de mayo de 2009 <<http://www.loescrito.net/index.php?id=158>>

- Pacheco, C. *Fibras tiernas del narrar*. En: *Papel Literario de El Nacional*, 3 Marzo 2007: 8-9. Impreso.
- Papel Literario. Entrega especial sobre Narrativa Venezolana Actual*, 2010. 10 de octubre 2010.<http://impresodigital.elnacional.com/ediciones/2010/04/24/printPV.asp?pageview=pG_8_print>
- Sodré, M. *Best-seller: A literatura de Mercado*. Sao Paulo: Editora Ática, 1985. Impreso.
- Suniaga, F. y Vegas, F. *Francisco Suniaga y Federico Vegas*, 2009. 12 de enero de 2010. < <http://bombsite.com/issues/999/articles/3380>>
- Suniaga, F. *El pasajero de Truman*. Caracas: Mondadori, 2008. Impreso.
- Torres, A. *Cuando la literatura venezolana entró en el siglo XXI*. En: Pacheco, C. et al. *Nación y Literatura: itinerarios de la palabra escrita en la cultura venezolana*. Caracas: Equinoccio/ Fundación Bigott/ Banesco, 2006. Impreso.
- Vegas, F. *Falke*. Caracas: Mondadori, 2006. Impreso.
- Viñas, D. *El enigma del best-seller. Fenómenos extraños en el campo literario*. Barcelona, España: Ariel, 2009. Impreso.
- VV. AA. (2008). “*Leer es un negocio*” *Producto*. [Venezuela]. 2008. 12 de enero de 2008.<<http://www.com.ve/290/notas/portada.html>>