

Jeff Bezos imagina una novela

Reseña de *El amor por la literatura en tiempos de algoritmos* de Hernán Vanoli

Mariano Favier



En su ensayo, publicado en 2019, Hernán Vanoli (escritor, sociólogo, editor de la revista *Crisis* y de la editorial *Momofuku*) retoma una serie de cuestiones que abordó en publicaciones académicas anteriores ¹. Las condiciones de la cultura literaria en la Argentina actual, la noción de campo, el mercado, las prácticas de escritura digital y el rol de las editoriales independientes son parte de las 11 hipótesis que el libro propone "*para discutir con escritores, editores, lectores, gestores y demás militantes*".

¹ Véanse por ejemplo su artículo de 2009 "Pequeñas editoriales y transformaciones en la cultura literaria" y su tesis de maestría (defendida en 2011) "Por una sociología del espacio editorial. Cuatro modelos de edición literaria en la Argentina del siglo XX".

Con un estilo marcadamente asertivo, por momentos autorreferencial e irónico desde el paratexto (el guiño a uno de los títulos más conocidos del boom latinoamericano, y a todas sus reescrituras, resulta evidente) Vanoli echa mano de una serie de autores para pensar la problemática cultural del presente más allá de los aportes que estructuralistas y post estructuralistas supieron legar (Boris Groys y el célebre Byung-Chul Han son dos de los más mencionados). *El amor por la literatura en tiempos de algoritmos* está construido como un ensayo breve cuyas hipótesis o ideas, a menudo ilustradas con ejemplos polémicos, están encadenadas –tal como señala otro reseñista– a la manera de las once tesis sobre Feurbach de Marx ².

Ya en las primeras páginas el autor traza un panorama cultural cercano a lo apocalíptico al señalar que, a partir de los cambios tecnológicos producidos con el arribo las empresas de extracción de datos, el mundo se parece más a una novela de Philip Dick que a una de Balzac. Frente a este desajuste entre géneros literarios y realidad social surge el planteo: "¿Cuánto falta para que Rebelión en la granja, de George Orwell, sea leída, no ya como una alegoría de la extrema vigilancia que hemos naturalizado sino como un peldaño en la lucha por los derechos de los animales?" (Vanoli 2019, pág. 13). La respuesta, se puede pensar, está implícita en el tono mismo del ensayo, en la selección de casos que se presenta en los capítulos siguientes. Pero también es posible encontrarla en ese gran cuento titulado "Animalia" que Sebastián Robles escribió en *Las redes invisibles* (Ed. Momofuku, 2014) ³. Del mismo modo, es posible encontrar en varios pasajes de *El amor por la literatura...* referencias, discusiones y planteos en sintonía con temas abordados en varias de las ficciones de Vanoli, como *Cataratas* (Literatura Random House, 2015) y *Pyongyang* (Literatura Random House, 2017). Pese a las referencias a la coyuntura más inmediata a nivel nacional e internacional, y, nuevamente, pese a su tono resolutivo, *El amor por la literatura...* es un libro premeditado que

² La afirmación pertenece a Nicolás Scheines en *Revista Otra Parte*. Por otra parte, el encadenamiento de hipótesis, también presente desde el prólogo, guarda semejanza con el clásico de teoría de medios La galaxia Gutemberg de Marchall McLuhan.

³ En el cuento, Animalia es una red social creada por un laboratorio que produce alimento para mascotas con la idea de que estas interactúen a partir de un pequeño implante. El proyecto, algo así como un experimento para estudiar las capacidades expresivas de perros y gatos, se distorsiona, semejante a un capítulo de *Black Mirror*, cuando un usuario humano utiliza la identidad de la mascota de un amigo y sube a la red un fragmento de la famosa novela de Orwell, lo que desencadena el comienzo de la revolución animal.

busca interpelar más allá del círculo de "lectores intensos".

Desde las primeras páginas del ensayo se reflexiona acerca de los modos en que la incesante actividad en las redes, que no son otra cosa que plataformas de extracción de información, impacta en las formas de circulación discursiva. Vanoli observa a partir del notable cuidado y dedicación en las publicaciones de los escritores su funcionamiento como "entidades carismáticas y monetizables" (17). Este tipo de producción textual, diferente del discurso de los políticos y de la publicidad, es la obra de un escritor "bioprofesionalizado", una nueva modalidad de trabajador creativo en condiciones de precarización que, en una internet privatizada, se vende como su propia obra de arte a la vez que genera una materia prima: la sinceridad. Entendida como "el conjunto de puntos de fuga en el permanente diseño de sí" (59), la sinceridad funciona como garantía de autenticidad. Se trata de un espacio abierto a lo imperfecto que de algún modo legitima o permite el abrazo a microcausas como la legalización del aborto o la cuestión ambiental (aunque, por supuesto, condena la militancia política de la figura del autor). En definitiva, en un momento de marcada politización de los discursos en el que la publicidad se convierte en promotora del progresismo, el escritor se especializa en el diseño de su propia imagen.

Más adelante, el autor cuestiona las condiciones de existencia de un campo literario argentino (insignificante a comparación del campo editorial, manejado por las industrias del entretenimiento) y del que solo permanece su fantasma, compuesto por cierta infraestructura y algunas representaciones. En su lugar, traza el espacio de una ciudadela a la que describe como "un conjunto de escenas offline que se sumarían y se superpondrían a la fantasmática noción de campo" (85) en la que los escritores deambularían con sus textos. Por último, advierte, se encuentra la propia circulación de la literatura en internet. Estos tres elementos dan lugar a una serie de relaciones diversas y no siempre fáciles de reconocer (escritores subsidiados y reconocidos con poca visibilidad en la web, autores super exitosos sin distinciones con un alto grado de bioprofesionalización, etc.) en las que el rol de las editoriales "alternativas" (el autor rechaza considerarlas "independientes" por sostener, básicamente, que no son ajenas al mercado económico) resulta fundamental.

Alejadas del afán lucrativo de los grandes sellos editores, y favorecidas por cierto relato épico que las presenta como garantes de una supuesta bibliodiversidad, las editoriales alternativas del presente, más allá de sus diferencias,

pertencen a militantes que se encargan de vender a los autores a partir de sus catálogos, procurando ir más allá del reducido grupo de lectores intensos. Es en este contexto que Vanoli reclama políticas de Estado culturales y educativas más efectivas que permitan trascender el funcionamiento de estas editoriales como agentes de distinción social similares a las galerías de arte.

El ensayo finaliza con tres artículos breves que a modo de "Bonus Track" proponen relecturas de Arlt, Borges y Aira desde los conceptos desarrollados en los capítulos anteriores. Acaso como ejercicio lúdico, Vanoli reimagina las Aguafuertes porteñas como posteos folletinescos de *Facebook*; señala el valor de Borges en tanto commodity para pensar el "caso Katchdjian" y describe "los rituales de una cultura literaria fosilizada" (147) en las novelas del autor de *Los misterios de Flores*, a quien postula como justo ganador del Premio Nobel de Literatura.

Bioprofesionalización: dos figuras



Más allá de los ejemplos analizados por Vanoli, resulta interesante detenerse a reflexionar sobre los modos en los que opera la bioprofesionalización en las

figuras de dos escritores a partir de los resultados de búsqueda de "literatura y redes sociales" en Youtube. Así, entre los videos más reproducidos se encuentra la entrevista realizada a un joven poeta sanjuanino en 2012 para el programa "Cosas con palabras" de *Canal Encuentro*, en el que se promueve la producción literaria de los jóvenes que escriben diarios íntimos, componen letras para canciones, etc. en todo el país. En su breve aparición el poeta reflexiona de la siguiente forma acerca de la utilidad de las redes (fundamentalmente, *Facebook*) para la difusión de los escritores independientes: "Las redes sociales tienen mucha importancia hoy en día porque para un escritor es muy difícil poder entrar en un circuito literario, más que nada si es un escritor independiente porque nadie lo conoce. Las redes sociales ayudan a que un texto pueda masificarse, sin llegar a tener ningún tipo de impedimento, ningún tipo de cierre, ningún tipo de corte".

El segundo caso se trata del fragmento de una entrevista a Paulo Coelho realizada por Andrés Oppenheimer para *CNN ESPAÑOL* en 2013 en la que, desde la mítica ciudad de Ginebra, el autor de *El alquimista* describe su relación con las redes sociales. Entre otras afirmaciones, Coelho asegura que "Twitter es un arte" debido a que la síntesis que exigen los 140 caracteres enriqueció su obra, sin que se volviera superficial. Por otra parte, fustiga contra los que cultivan el pesimismo como aire intelectual y se autodefine, antes que optimista, un escritor realista.

Es llamativo, por un lado, constatar a propósito de una de las premisas de *El amor por la literatura...* sobre el modo en que se difuminan las diferencias entre un escritor amateur y un autor estrella de la industria del entretenimiento, frecuentemente denostado por varios representantes de la "ciudadela literaria"⁴, cómo prevalece en ambos una mirada "integrada" de la función de las nuevas tecnologías. Por otra parte, y más allá de los espacios asimétricos de enunciación institucional (un canal de la televisión pública argentina frente una de las emisoras más importantes de Estados Unidos dirigida al público hispanoamericano) es notorio que esta versión light del posicionamiento integrado concibe el rol de las redes apenas como un medio a través del cual

⁴ En una nota de Daniel Link a propósito de la visita de Juan José Saer a la Argentina en 1999, el autor santafesino (de cuya figura sería interesante imaginar un artículo en el ensayo de Vanoli) se queja de la existencia de una industria editorial mercantilizada que privilegia a Coelho frente a escritores como Di Benedetto. Véase el artículo en *Página 12*.

publicar los textos. Si bien Coelho se refiere a la experimentación que promueven las redes, la división entre forma y contenido resulta, como siempre, esquemática y empobrecedora y en ningún momento aparece la sospecha de que "la red es el mensaje".

Desde los respectivos lugares que han podido construir, el poeta sanjuanino agradece a Facebook la posibilidad de recibir "las grandes críticas y comentarios" de lectores de otras partes del mundo, mientras que Coelho rechaza el ciber activismo y reivindica un tipo de realismo basado en el "tener algo para compartir". Desde estas formas de autodiseño, vale preguntarse ¿Cómo se articulan las políticas culturales del Estado con la eficacia de la plataforma de Mark Zuckerberg en la promoción de escritores? ¿Cómo pensar el realismo a partir de las transformaciones entre el mundo y la literatura que Vanoli señala con los ejemplos de Balzac y Dick? Acaso el realismo que reclama Coelho no hable tanto de un sentido mimético sino de la forma en que su literatura "se comparte" como feroz mercancía en una plataforma con quince millones y medio de seguidores: una cifra aun menor a la cantidad de ventas de sus libros⁵ y con las que ninguna editorial "alternativa" se atrevería siquiera a soñar.

Bibliografía

Scheines, Nicolás (2019, 24 de octubre). El amor por la literatura en tiempos de algoritmos *Otra parte*. Recuperado de <https://www.revistaotraparte.com>

Vanoli, Hernán (2009). "Pequeñas editoriales y transformaciones en la cultura literaria argentina" en *Apuntes de investigación del CECYP*, N° 15, págs. 161-185.

– (2019). *El amor por la literatura en tiempos de algoritmos. 11 hipótesis para discutir con escritores, editores, lectores, gestores y demás militantes*. Buenos Aires: Siglo XXI.

⁵ En un artículo *The Washington Post* señala que el autor de *El alquimista* y *Verónica decide morir*, entre otros, vendió 350 millones de libros en todo el mundo.