

Letras (menos fáciles)

En busca del tiempo perdido
Marcel Proust

Ulyses
James Joyce

El proceso
Franz Kafka

El hombre sin atributos
Robert Musil

Viaje al fin de la noche
Louis-Ferdinand Céline

Trópico de cáncer
Henry Miller

1984
George Orwell

Las uvas de la ira
John Steinbeck

El sonido y la furia
William Faulkner

Pedro Páramo
Juan Rufo

Bajo el volcán
Malcom Lowry

Un mundo feliz
Aldous Huxley

Fahrenheit 451
Ray Bradbury

Naked lunch
William S. Burroughs

Miedo y asco en Las Vegas
Hunter S. Thompson

El club de la pelea
Chuck Palahniuk

La novela vedette

Es el género literario más vendido. Un escritor dijo alguna vez que leer novelas es como flotar en salvavidas por una alberca. Sin exigir demasiado al lector, pocos son los autores contemporáneos que buscan escribir una obra total. Sólo tomen su piña colada y disfruten del paseo

ADRIANA NAVARRO

La novela se ha convertido en la vedette de la literatura.

Las grandes casas editoriales y los medios de comunicación se han encargado de dictaminar qué es lo bueno y qué debe leerse, con esquemas ajenos a un criterio propiamente literario. “Promocionan los libros como si se trata de refrescos dietéticos, o como un nuevo programa de ejercicios. Vemos libros anunciados en espectaculares o en paradas de autobús, mientras que a algunos escritores que viven en el estrellato, los promueven como modelos de ropa interior”, dijo el novelista jalisciense Antonio Ortuño, autor de *El buscador de cabezas*.

“Con la idea de que la novela se vende, un grupo de personas que no hacen literatura publican sus novelas al abrigo de las editoriales que buscan ganar dinero”, aseveró el escritor Dante Medina y fundador del Centro de Estudios Literarios, de la Universidad de Guadalajara.

Ejemplo de ello son los *best seller*, libros editados para venderlos masivamente, sin aspiraciones artísticas. Tal como *El código da Vinci*, afirmó José Bru, investigador del Departamento de Estudios Literarios.

La publicidad ha encontrado su mercado y oferta en la novela como una vía de esparcimiento y distracción, y en los estantes abundan obras que poco o nada aportan a la literatura, enfatizó el escritor Rafael Chirles, en *El novelista perplejo* (Anagrama, 2002). “Estas novelas están en la mayor parte de los casos correctamente escritas. Sus autores son novelistas con oficio, y conectan fácilmente con la sensibilidad del lector, porque le cuentan cuestiones de la realidad social, de las relaciones de pareja y del mundo laboral, que llegan a resultar medianamente interesantes, impulsados por las leyes de la promoción y del mercado”.

Para la escritora española Nuria Amat, la exagerada publicidad desprestigia a la literatura. “El desprestigio que, desde el punto de vista de la calidad literaria, sufre la nove-

la, tiene su origen, en parte, en las leyes devoradoras del mercado y en la banalidad que impregna la cultura de la sociedad moderna. Estas causas han hecho que se considere a la novela como el más frívolo de los géneros literarios y que los novelistas sean vistos y utilizados como marionetas mediáticas. Símbolos o marcas de una realidad social cada vez más ruidosa e impostada, dispuesta a servirse de la novela como trampolín publicitario de sus productos de mercado.” (“La enfermedad de la novela”, *El país*, 13 de noviembre de 2001).

Ciertamente en el mundo de hoy la novela se ha convertido en una esclava de los grandes grupos mediáticos, y sus autores terminan asimilándose a esos grupos como columnistas en sus diarios, asesores de sus editoriales, colaboradores en sus programas de radio y televisión y algunos hasta llegan a convertirse en escritores de novelas, que luego serán inevitables guiones cinematográficos, dijo Chirles.

A pesar de la inmensa difusión publicitaria para la novela, los lectores tienen la última decisión, indicó Ortuño. “El lector no es un cordero con las patas atadas y que llega a que le corten la garganta. Cuando al lector le promocionan tanto un libro, esto debería moverlo a la sospecha, y la única manera de saber si es bueno o no, es a través del texto”.

En México se lee más novela que poesía y cuento, porque se publica y difunden más estos géneros, dijo José Bru. Se ha esparcido la idea que es más sencillo leer novela, comentó Dante Medina. La culpa es de los sistemas educativos y de las editoriales. “Hay un círculo vicioso, porque las editoriales dicen que no publican cuento ni poesía, porque no se lee”. Además, por fallas en los sistemas de divulgación, determinada poesía ha alejado a los lectores, cuando un poema se lee en unos cuantos minutos, y la novela exige por lo menos 15 horas.

Novelas malas ha habido siempre

En todas las épocas han existido novelas convencionales para diversión y distracción del lector. Las hay exclusivamente para entretener, aunque entretener no signifique el infierno, sino una posibilidad más de la narrativa. Pero hay autores que renuncian a los propósitos de la narrativa y elaboran literatura comodina, aseguró Antonio Ortuño. “Siempre ha habido novelas pésimas, de medio pelo, todo depende de la opinión de los críticos, de los lectores y del espíritu de la época, y es que la novela constituye un género que tiene exponentes de todos los rangos”.

Los autores *light* piensan que por escribir sobre temas fáciles venderán más, y buscan el mecanismo de las telenovelas, porque creen que tendrán un mercado mayor. “Eso me parece suicida”, indicó el autor de *El buscador de cabezas*.

La creación artística no está sujeta a nor-

mas éticas. Los textos dependen de la ambición de cada autor y algunos escritores sólo quieren vender. Además, en nuestra época son más descaradas las intenciones comerciales de algunos autores.

Según el escritor Félix de Azúa, la falacia mercantilista relaciona a la novela con lo bueno, lo divertido, y consecuentemente, lo fácil. Supone, más que nada, una actitud ante la lectura: si la novela me gusta, me divierte, merece la pena. (*Lecturas compulsivas/ Anagrama*, 2003). “El peligro de esta superficialidad es que abona el terreno de lo costumbrista, lo anecdótico, lo previsible, lo trivial, en detrimento de una lectura del texto narrativo ligado con el conocimiento, la formación, una lectura que no dé tregua, que nos instale en las preguntas, que nos perturbe. Una lectura, en fin, que sea constructora del sentido del texto, una lectura que en cierta manera sea capaz de cambiar la vida del lector”.

La relación mercado-literatura ha originado un nuevo tipo de lector, un lector que busca la satisfacción inmediata, casi instantánea, sin excesivas complicaciones, atento a los premios y lanzamientos, que consume lo que aparece en los estantes de novedades de las librerías, poco exigente, con escasas pretensiones. Lee, o más bien consume, una novela “fácil”, de recompensa inmediata.

México es un país de muchos lectores. Sin embargo, la calidad de sus lecturas es pobre. Los mexicanos leen *TV novelas* o revistas vaqueras, indicó Dante Medina. Al lector le facilitan la tarea ofreciéndole textos ligeros, digeribles.

Leer las posibilidades

De acuerdo con el escritor checo Milán Kundera, algunos autores de siglos pasados buscaban la totalidad en un libro, la representación, casi como espejo del mundo real a través de uno ficticio. Ahora basta con el fragmento para insinuar el plano general que desean mostrar. Lo dijo también Susan Sontag: “El arte del fragmento, que incluye la solicitud de un discurso fragmentario, está concedido para no impedir la comunicación sino para hacerla absoluta”.

Milán Kundera propone una novela fácil de leer, pero que su desentrañamiento nos haga entrar en diálogo con el texto, un diálogo lleno de posibilidades, que nos lleve a preguntas más que a respuestas.

El ahorro de tiempo en la vorágine actual hace que pocos se vayan por las ramas, que aquel que desea mostrarnos algo, nos lleve de inmediato al grano, por lo que estas expresiones de Borges, de 1941, resultan ahora más actuales que nunca: “Desvario laborioso y empobrecedor el de componer vastos libros; el de explayar en quinientas páginas una idea cuya perfecta exposición oral cabe en pocos minutos. Mejor procedimiento es simular que esos libros ya existen y ofrecer un resumen, un comentario”.

Borges da las claves de la buena literatura: sembrar migajas de pan, ir por el camino de la sugerencia, dejar espacios abiertos para ser llenados, perfiles y sombras que oculten el rostro en parte de su totalidad, que induzcan al develamiento.*

