

Entrelugares

Un acercamiento a los blogs de escritores como nuevos espacios del campo literario argentino¹

Por Diego Vigna y Marcelo Casarin

UNC, CEA, Conicet

SUMARIO:

A partir del interés que suscitan actualmente las relaciones entre la literatura y los formatos de publicación Web, este artículo intenta ofrecer algunas reflexiones teóricas que permitan esclarecer modos de abordar la irrupción del formato *Blog* en el campo literario argentino, y específicamente la apropiación del formato *Blog* por parte de escritores consagrados o en vías de consagración que ya ostentan una obra publicada en papel. Las reflexiones se estructuran, entonces, a partir de dos formas de aproximación teórica sobre esta situación que intenta vestirse de "nuevo fenómeno". Una de ellas pone especial énfasis en el desarrollo tecnológico-comunicacional y en sus implicancias en el dominio cultural, partiendo desde el concepto de *industria cultural* para analizar el protagonismo del mercado y su influencia en la producción de bienes culturales. La otra aproximación no es ajena a lo anterior pero se encuentra enfocada en la sociología del arte y la literatura, y se constituye como un complemento necesario porque pone su acento en la entidad fundamental para comprender los procesos y las prácticas literarias, precedentes y actuales: el campo literario mismo y sus movimientos internos.

PALABRAS CLAVE:

Escritores. Blogs. Campo literario. Industria Cultural.

SUMMARY:

From the interest that nowadays the relationship between literature and web publication formats brings about, this article sets out to discuss some theoretical insights that allow clarifying ways of analyzing the irruption of the *Blog* format in Argentinean literary field. Specifically, the appropriation of the *Blog* format by recognized authors or by those in the process of being recognized and that have published a book. The reflexions on this situation that attempts to be dressed as "new phenomenon" are structured around two theoretical approaches. One puts special emphasis in the technological-communicational development and its implications on the cultural domain, starting from the concept of cultural industry to examine the leading role of the market and its influence on the production of cultural goods. The other approach is not apart from the former but it focuses on the sociology of art and literature, constituted as a necessary complement since it emphasizes the fundamental entity to comprehend the precedent and current literary processes and practices: the literary field itself and its internal movements.

KEY WORDS:

Authors. Blogs. Literary field. Cultural Industry.

1. INTRODUCCIÓN

A partir del interés que suscitan actualmente las relaciones entre la literatura –como campo de producción y recepción de obras– y los formatos de publicación Web, comenzamos este recorrido partiendo de una afirmación introductoria: en el marco de dichas relaciones, hoy es posible ubicar específicamente al formato *Blog* como un espacio distinto entre autores y lectores en el campo literario de Argentina. Esta situación exige, por tanto, abordar el tema y su problemática desde algunas dimensiones fundamentales: en primer término, la pregunta sobre *por qué* abordar las relaciones entre las nuevas tecnologías de la comunicación y la literatura en nuestro país encuentra su fundamento en la complejidad teórica que se desprende de una cuestión específica: el hecho de que estas relaciones no pueden pensarse al margen de la inserción de los soportes Web en todos los ámbitos de la vida social, como un hecho que ejerce una influencia dominante en relación con la cultura. Pero a su vez, en ese marco también se vuelve necesario repensar las prácticas literarias desde sus conceptos fundantes, tanto en lo que respecta a las funciones de autor y lector –y sus modos de interacción– como en relación a la obra literaria misma, siempre en relación a los soportes de publicación.

Es a partir de dichas exigencias reconocibles, entonces, que consideramos pertinente pensar la irrupción del formato *blog* dentro del campo literario en clave socio-histórica, con la intención de no caer en una visión rupturista y puramente técnica del fenómeno, algo que es frecuente en ciertos perfiles teóricos de la comunicación que analizan los nuevos medios, y específicamente los nuevos medios como nuevos protagonistas del campo literario (el *blog* significaría un nuevo y *revelador* modo de leer y escribir literatura). En este sentido, creemos necesario resaltar la importancia de –por lo menos– discutir cualquier tendencia analítica actual que pretenda imponer una ruptura ra-

dical con lo anterior: esto es, que subestime tanto las etapas previas de la experiencia social como también el desarrollo de las prácticas letradas precedentes.

A partir de lo anterior, los interrogantes particulares que se desprenden de esta problemática se refieren a cómo se inserta el formato *Blog* en el campo literario actual del país y, en otro nivel, qué cambios o continuidades ha marcado su aparición en relación a otros formatos de publicación que fueron, principalmente durante el siglo pasado, protagonistas en la difusión y legitimación de autores y de obras literarias. Para avanzar específicamente sobre estos interrogantes hemos puesto la atención en lo que sucede en Argentina con el trabajo de algunos escritores consagrados o en vías de consagración –aquellos que ya ostentan una obra publicada en soporte impreso– que actualmente administran espacios en la “blogosfera” y que llevan a cabo un mantenimiento casi periódico de estos sitios de publicación en la Web. Esto, para afrontar lo que podría ser el interrogante central de estas nuevas vicisitudes observadas: por qué los escritores que ya tienen una obra publicada en papel, y que se encuentran en camino de una distinción de sus obras en el seno del mercado editorial, administran un *blog* todos los días. En el marco de las relaciones que allí se conforman, el *por qué* también puede acompañarse del *para qué*.

Lo que aquí pretendemos es presentar algunas reflexiones teóricas que permitan esclarecer modos de abordar esta problemática: cuáles son las posibles líneas de investigación que consideramos importante rescatar en este sentido y, fundamentalmente, por qué. Las reflexiones se estructuran, entonces, a partir de dos formas de aproximación teórica sobre esta situación que intenta vestirse de “nuevo fenómeno”.

Una de ellas pone especial énfasis en el desarrollo tecnológico-comunicacional y en sus implicancias en el dominio cultural, partiendo desde el concepto de *industria cultural*² para analizar el protagonismo del

mercado y su influencia en la producción de bienes culturales. Esto se traduce en la consideración de la obra literaria como una mercancía; y en las lógicas de oferta y demanda que se desenvuelven en la producción y el consumo de dichas obras. En el repaso de la evolución de las sociedades desde los tiempos en que las fuerzas industriales redefinieron la relación de la técnica con la cultura³, se puede observar desde esta perspectiva teórica la dimensión más cercana a la relación entre el mercado y la producción cultural –la relación con *lo externo*, diría Bourdieu–, que a su vez se reformula incesantemente en virtud del desarrollo tecnológico aplicado a los medios de comunicación en general, y al consumo de arte en particular. Específicamente en relación a la literatura y los nuevos medios, interviene la irrupción de los formatos de publicación digitales en el contexto de la industria editorial.

Sin embargo, este primer acercamiento a los interrogantes teóricos sobre cómo irrumpen los formatos Web en el trabajo del escritor –y en el comportamiento de los lectores– debe ser complementado y hasta “expandido” por otro modo de abordar el problema, que no es ajeno a lo anterior pero que se encuentra más enfocado en la sociología del arte y la literatura. En este sentido, de cara a un abordaje integral, comienzan a involucrarse las figuras de autor y lector, como así también una consideración teórica actualizada sobre el concepto de obra y de la relación entre obras y soportes de publicación. Naturalmente dicho recorrido no puede incluirse enteramente en este artículo, aunque sí intentamos poner el acento en una entidad fundamental para comprender los procesos y las prácticas literarias, precedentes y actuales: el campo literario mismo.

Lo que sigue a continuación es un recorrido por las reflexiones de algunos autores, tomando inicialmente la palabra de Renato Ortiz para una aproximación a las industrias culturales y al desarrollo del mercado actual, y luego recuperando a Pierre Bour-

dieu –en diálogo con algunas nociones de Raymond Williams– para el traspaso de las “fronteras” analíticas de los campos de producción cultural. Finalmente, algunas consideraciones para la especificidad del campo literario argentino a partir de las prácticas de algunos escritores en sus espacios Web.

2. INDUSTRIAS CULTURALES, CONSUMO Y TECNOLOGÍAS

Historizar y comprender el desarrollo de las industrias culturales para así anclar la relación entre el consumo cultural y la incidencia actual de los medios de comunicación es fundamental para “anclar” los interrogantes que pueden surgir sobre los escritores que mantienen espacios Web, pero también insistimos en discutir algunas cuestiones específicas a tener en cuenta en medio de estas reflexiones: en primer término, el lugar que ocupa la industria editorial entre otras industrias de bienes culturales, a partir de sus características y particularidades; por otro lado, la naturaleza del escritor profesional y su situación material respecto de las “mercancías” que crea. En este sentido, quizás estas cuestiones puedan resumirse en una salvedad integradora: la noción de *campo artístico o literario* de Pierre Bourdieu, y sus lógicas y movimientos internos, es pertinente para “particularizar” la relación compleja entre autores, lectores y obras en el seno de las industrias de bienes simbólicos.

Renato Ortiz trabaja sobre la relación antes marcada entre comunicación y cultura, y lo hace poniendo en discusión algunas nociones teóricas que se han diseminado en los estudios de comunicación –*nuevas* y *viejas* tecnologías, por ejemplo, como también las formas del consumo cultural–; pero especialmente discute una noción vertebral que los teóricos de la Escuela de Frankfurt utilizaron para dar forma a los estudios sobre las industrias culturales: la noción de *cultura de masa*. El recorrido que propone Ortiz es minucioso. Partiendo de la reticencia que comparte con Raymond Williams respecto de concebir a la

sociedad en términos de “masa”, como una noción híbrida e imprecisa⁴, realiza luego un repaso histórico desde el siglo XIX en adelante que da cuenta de las modificaciones y “reemplazos” que los agrupamientos sociales han traducido en nociones como las de *multitud* –casi un modo irracional de agrupamiento–, *masa* –para reemplazar a la noción anterior– o, más cerca de la situación actual, el *público* propiamente dicho. Lo que deja entrever Ortiz frente a tal recorrido es la “incomodidad” que históricamente se ha producido –a su criterio– para “asir” la problemática cultural en relación al comportamiento de los individuos frente al consumo. Él mismo cita la palabra de Williams para afirmar que “de hecho, no hay masas; existen, apenas, maneras de ver a las personas como masas”⁵. Desde este punto de partida, Ortiz comienza a problematizar la cultura de masas con la emergencia y la consolidación, durante el siglo XIX, de esferas culturales distintas y antagónicas: para esto recurre a Bourdieu en la separación de una esfera de “bienes restringidos” y otra de “bienes ampliados”, donde cada una ostenta una lógica propia. En el caso del universo del arte, se trataría de un universo *relativamente* autónomo, con reglas propias y modalidades de consagración determinadas por los mismos pares; la esfera de bienes ampliados, en cambio, está regida por otros criterios, donde las imposiciones técnicas, industriales y comerciales limitan las preocupaciones estéticas⁶. Es durante el siglo XIX, entonces, cuando se “impone” el artista libre y autónomo, al mismo tiempo que las fuerzas industriales reformulan la relación entre la cultura y la técnica: aquí Ortiz resalta la aparición, por ejemplo, de la *industria editorial*⁷. Pero ¿para qué detallar este movimiento interno de la sociedad, donde una cultura de mercado avanzó sobre el campo de una cultura erudita, con tanta anticipación? Para introducir, justamente, que las contradicciones entre la esfera del arte y del mercado ya se encontraba contenida en la problemática de la *multitud*⁸, antes incluso de que

apareciera la noción de *masa* para los frankfurtianos.

Ahora bien, frente a la pregunta que surge a partir de esto: en qué difiere la *multitud* de la *masa*, Ortiz ofrece algunas características. La multitud, contextualizada en el siglo XIX, implicaba la idea de una concentración de individuos, y la presencia de una suerte de “alma colectiva”, forjada con sujetos que actuaban en conjunto, pero que al mismo tiempo eran incapaces de generar una “conciencia colectiva”⁹. Esto implica, desde el análisis, una negación de la individualidad, que se constituye como central para un nuevo estadio en el recorrido histórico de Ortiz: la aparición de los medios de comunicación –especialmente la prensa– como un redimensionamiento de la relación entre proximidad y distancia, y la exaltación de la individualidad, antes negada, como un nuevo modo de expresarse: la noción de *público* y su aparición.¹⁰

La problemática del público, en la palabra de Ortiz, se diferencia de lo anterior porque se desplaza hacia otra dimensión, fundamentalmente en los estudios norteamericanos: la comunicación. Este movimiento se acelera en las primeras décadas del siglo XX a partir de la radio, el cine industrial y el desarrollo de la publicidad, profundizando la deslocalización de las personas. Es en este contexto cuando Ortiz señala la acuñación del término “cultura de masa” como un modo insatisfactorio de traducir dichos cambios sociales¹¹. La “cultura de masa”, entonces, fue percibida por los sociólogos como un vehículo de socialización, y en este sentido significa para Ortiz un aspecto polémico a partir de las implicancias que tuvo para la concepción de la individualidad¹². Los críticos, entre los que Ortiz ubica a Adorno y Horkheimer, consideraban que el individuo en el seno de la cultura de masa se desvanecía en su interior: “Adorno considera la cultura de masa como expresión de la ‘seudoindividualización’ de los hombres”¹³. Contra eso se rebelaron los frankfurtianos al elaborar el concepto de *industria cultural*: contra la idea de que cada uno actúa en fun-

ción de su propia selección, y de la cultura de masa como una expresión de las voluntades individuales. En ese sentido, Renato Ortiz rescata –y discute– la idea de lo que caracteriza, desde esta posición teórica, a la “cultura de masa”: su cualidad homogeneizadora. Y aclara que hasta la versión liberal y valorizadora del mercado se vio obligada en sus estudios a enfrentar la contradicción entre ser masa o ser individuo: según sus palabras, “la solución hallada de compromiso consistió en afirmar la conciliación de tendencias tan conflictivas. Las personas, individualmente, escogen los objetos dispuestos en el mercado pero, colectivamente, forman parte de un conjunto homogéneo de consumidores”.¹⁴

Entre estos cambios y movimientos, vistos históricamente, y la complejidad en el abordaje de espacios ampliados y espacios restringidos, la posición de Ortiz es por lo menos prudente, y se fundamenta con el cuestionamiento de la premisa de *homogeneidad cultural* desde un punto de vista conceptual¹⁵. Para esto, el autor disocia el concepto de *homogeneidad* respecto del concepto de *integración*, donde el *todo* se ofrece como resultado de los conflictos internos de su propio orden. En este sentido recurre nuevamente a Bourdieu en su libro *La Distinción*, señalando que la presencia de diferencias se ajusta a jerarquías socialmente legitimadas: Bourdieu, de hecho, nunca trabaja con la noción de “cultura de masa”. Por esa razón Ortiz toma el trabajo de Bourdieu y señala que

los objetos vehiculizados socialmente, tanto provenientes de la esfera erudita (música clásica, pintura, literatura), como de la “esfera de bienes ampliados” –el mercado– (filmes, historietas, programas de televisión), están siempre en interacción con los grupos y las clases sociales. Cada uno de ellos los consume, los utiliza, en función de sus posiciones en el seno de la sociedad. La distribución y el consumo de bienes se realizan, así, de forma diferenciada, tomando en

consideración el “capital cultural” de los individuos y su condición de clase.¹⁶

El “universo cultural”, desde esta perspectiva, se ordena en tanto distinciones sociales, que están permanentemente en contacto e históricamente en conflicto. Dice Ortiz: “es como si estuviese constituido por círculos, en cuyo interior cada uno determinaría un circuito específico”¹⁷. Aquí vuelve a darle la razón a Raymond Williams, como confirmación de su propia posición: de hecho, las masas no existen, y la sociedad está articulada de partes diversas, en disputa, o acomodadas a su estructura jerárquica.

¿Pero qué sucede hoy con esa homogeneidad señalada y sustentada por los medios? Con lo expuesto hasta aquí, se puede reconocer una “desconfianza” teórica y metodológica respecto de la noción de masa, que se complejiza aún más con la marca distintiva de los planteos teóricos en las últimas décadas: la idea de fragmentación.

Hoy, con el protagonismo de los avances tecnológicos en el marco del llamado proceso de globalización, Ortiz encuentra nuevos horizontes de análisis –y nuevas contradicciones– respecto a lo anterior, y continúa problematizando la relación entre los bienes provenientes de la esfera erudita y los bienes producidos por la lógica “pura” del mercado. Para esto “expande” su discusión a partir de los supuestos teóricos que surgieron para explicar un nuevo orden mundial, donde la cultura de masa es superada por “conciencias desmasificadas”, reflejadas en la aparición de mass-medias desmasificados y en la consecuente “segmentación” del consumo.¹⁸

En este último cambio es donde brotan las raíces de la otra gran contradicción trabajada por Ortiz, que se refiere a la problemática de la fragmentación en el marco de las supuestas viejas y nuevas tecnologías de la comunicación e información. Ortiz encuentra en el tratamiento de estas nociones rupturistas una

clara tendencia al determinismo, que desde su lugar también opera sólo para enturbiar el abordaje teórico de estos cambios sociales. La etapa actual, o del cambio de siglo, se caracterizaría por dar lugar a planteos teóricos sostenidos en el hecho de que un conjunto de técnicas basadas en la informática lleva necesariamente a una modificación radical del tejido social¹⁹. Eso implica una ruptura entre viejas y nuevas tecnologías: las viejas, representadas por el cine, la prensa o la televisión, se ubican en la vereda de las "masas"; pocos individuos vehiculizando mensajes – estandarizados– para un gran público. Las nuevas, de otra naturaleza, favorecerían hoy la descentralización de la producción, los mensajes diversificados y las interacciones entre emisores y receptores. Una correlación inmediata, desde este punto de vista, entre la tecnología utilizada y la forma en que se organiza la cultura.²⁰

Un antes y un después. La cultura supuestamente de "masa", declinaría ante la situación "flexible" de la actualidad: no sólo una modificación que incluye a los niveles económicos, sino también a los modos de vida, las configuraciones culturales, que se producen simultáneamente al ocaso de la modernidad y su superación por las condiciones de la posmodernidad.²¹

¿Pero cómo aparece la salvedad de Ortiz, su advertencia de "malentendidos" ante tal ruptura? En la "tentación determinista" de este planteo, Ortiz propone no olvidar que existen mediaciones entre el nivel tecnológico-económico y el mundo de la cultura: "El pasaje de las 'viejas' a las 'nuevas' tecnologías, del 'fordismo' al capitalismo 'desorganizado', no conduce al mismo tipo de configuración de la esfera cultural"²². Tal como ejemplifica, un film de autor utilizaría una tecnología vieja, sin que su difusión llegue a ser masiva: la naturaleza de la obra no lo permitiría. Se trataría entonces de una estrategia de autor que busca vincular su obra al mercado cinematográfico, en parte, y también a la esfera de bienes restringidos: el arte. Desde esta

concepción, ni el tamaño del público, ni el contenido de los mensajes ni las formas de producción son variables directamente dependientes de los medios de comunicación²³. Lo que de alguna manera sustenta la salvedad inicial de estas reflexiones: esta posición ofrece herramientas para pensar en la necesaria complementariedad entre el nivel tecnológico-económico y la especificidad del campo artístico y literario, con sus lógicas internas.

En relación al arte, Ortiz opina que no se puede pensar en su desaparición en el contexto de la posmodernidad, pero sí en una cierta declinación de su legitimidad: nuevas formas sociales –el consumo, por ejemplo– le hacen competencia. En este sentido, la "esfera erudita" ya no posee, para el autor, la autoridad de la que disfrutaba anteriormente.

Estas últimas palabras sirven para introducir una nueva discusión: si pensamos en los "círculos concéntricos" antes mencionados y la cualidad autónoma –o no, según la época– que caracterizaría a los campos de producción de literaria, ¿cómo pensar hoy, en la especificidad del campo literario, la relación entre el mercado, sus patrones de consumo y la supuesta deslegitimación de la cultura erudita? Para hablar del "consumo" de literatura hoy, es necesario abordar la especificidad del campo e indagar de qué consumo se habla y cuál es su legitimación interna en relación a la naturaleza de las obras que los escritores producen. Aquí adquiere un interés singular la lucha por las posiciones, tanto individualmente como en la conformación de grupos; esto es, el lugar que cada escritor –ahora también en los formatos Web– quiere ocupar en el seno del propio campo, en un reflejo de oposiciones y antagonismos construidos que tiene numerosos antecedentes, principalmente por el hecho de que la irrupción de un nuevo modo de publicación y difusión de obras literarias permitiría otro modo de "ser", y de hacerse visible, con otras condiciones.

3. EL CAMPO LITERARIO Y SUS MOVIMIENTOS INTERNOS

A partir de un estudio sobre la historia del campo artístico y literario en Francia, Pierre Bourdieu sentó su aporte teórico en la sociología de las obras culturales con nociones importantes en el contexto de estas reflexiones. Su desarrollo en torno a lo que denominó el “mercado de bienes simbólicos”, y su intento de elaboración de una “ciencia de las obras”, ofrecen un abanico interesante para reflexionar sobre las características del campo literario y para sostener la relación compleja antes señalada respecto a la cultura como un proceso productivo que compite con otros dentro de una economía. Bourdieu, siguiendo las últimas reflexiones del apartado anterior, concibe al campo artístico o literario de fines de siglo en Francia (que cita por igual, ya que considera como homólogos a los campos de las disciplinas artísticas; es decir, con características comunes) como un mundo aparte: esto es, como un universo *relativamente* autónomo, lo que a su vez señala la complejidad del adjetivo, porque lo relativamente autónomo también implica algo relativamente dependiente, en este caso, respecto al campo económico y al campo político²⁴. Ese “mundo aparte”, según afirma, se caracteriza por dar cabida a una “economía al revés”, con una lógica específica que se basa, justamente, en la naturaleza de los bienes simbólicos: una realidad de dos caras, mercancías y significaciones, cuyos valores propiamente *comercial* y *simbólico* permanecen relativamente independientes.²⁵

Siguiendo esa idea, la organización del campo literario se sostiene para Bourdieu a partir de un principio de diferenciación que incluiría dos lógicas económicas, o la coexistencia antagónica de dos modos de producir y de hacer circular obras que obedecen a lógicas inversas. Por un lado, una economía que se niega a sí misma y representa lo que el autor llama arte “puro”: una lógica basada en el reconocimiento obligado de los valores del desinterés y en el rechazo

de lo comercial, donde prima una producción orientada hacia la acumulación de capital simbólico; por otro, una lógica consecuente con la máxima expresión de la industria literaria que, al convertir al comercio de bienes culturales en un comercio como los demás, da prioridad a la difusión, al éxito inmediato y temporal y se ajusta a una demanda preexistente en lo que Bourdieu llama “la clientela”²⁶. Este antagonismo citado por el autor es interesante si se pone en contraste con la problemática de los escritores en su “faceta” Web: es evidente que, en el marco de lo que Bourdieu diferencia a grandes rasgos, y a lo largo de la historia del campo literario francés, como escritores “puros” y escritores “burgueses o comerciales”, los ejemplos que dan sentido a la problemática aquí presentada son de una naturaleza difusa; en parte por tratarse de escritores que se distinguen como tales, esto es, que han obtenido la legitimación de sus pares y de los críticos como para erigirse como escritores profesionales y productores de “literatura”. Y en parte, también, por tratarse de escritores que ostentan publicaciones en papel y que pugnan, a corto o largo plazo, no sólo por instalar sus obras en el mercado editorial, sino también por sostener materialmente su práctica. Esto es interesante de señalar por la complejidad que nace de los “filamentos” internos de este antagonismo de lógicas económicas marcado en su momento por Bourdieu: desde la posición de los autores-escritores y de los editores –quienes históricamente estuvieron en contacto directo con el mercado literario–, Bourdieu afirma que la única acumulación legítima consiste en “hacerse un nombre”, conocido y reconocido, como capital de consagración que permita el poder de consagrar objetos (el efecto de una marca o de una firma) y personas (mediante la publicación o exposición), y por lo tanto de otorgar un *valor*. Es en esa acumulación, y en su proceso de formación, donde se encuentra el interés de tratar de comprender el funcionamiento interno del campo.

PROPIEDADES GENERALES DE LOS CAMPOS DE PRODUCCIÓN CULTURAL

La relación entre el desarrollo de las industrias culturales y el ordenamiento interno del campo literario queda señalada por Bourdieu cuando detalla los tres niveles de análisis que, a su criterio, son necesarios para constituir lo que llama una “ciencia de las obras culturales”. En primer lugar, ubica el análisis de la posición del campo literario²⁷ en el seno del campo de poder²⁸, y de su evolución en el tiempo²⁹. En segundo lugar, el análisis de la estructura interna del campo literario, como un universo sometido a leyes propias de funcionamiento y también de transformaciones; es decir, “la estructura de las relaciones objetivas entre la posición que en él ocupan individuos o grupos situados en situación de competencia por la legitimidad”³⁰. Y por último, una dimensión que también deberá ser parte de este abordaje: el análisis más particular de estas tres instancias, que Bourdieu denomina el “análisis de la génesis de los habitus de los ocupantes de estas posiciones”³¹; esto es, sus disposiciones como producto de una trayectoria social y de una posición dentro del campo literario.

Respecto al primer nivel mencionado, Bourdieu se encarga de explicar la “relativa” posición autónoma que caracteriza en el curso del tiempo a los campos de producción cultural, poniendo énfasis en el estado de las imposiciones y exigencias “externas”. Dicha relatividad sirve para ofrecer un signo de atención, ya que por muy liberados que puedan estar los campos de las imposiciones externas –haciendo referencia con esto al campo de poder antes mencionado–, “están sometidos a la necesidad de los campos englobantes, la del beneficio económico o político”³². De lo anterior resulta que, para Bourdieu, una de las propiedades generales de los campos de producción cultural se centra en que éstos son sede de una lucha entre dos principios de jerarquización: el heterónimo, ideal para quienes dominan el campo desde una pers-

pectiva económica y política (que el autor cita como “arte burgués”), y el principio plenamente autónomo, que impulsaría a los artistas “puros” a convertir el fracaso temporal en un “signo de elección”.³³

El estado de estas relaciones entre campos dominantes y campos dominados se ha inclinado históricamente según el grado de autonomía que caracterizó, en cada momento, a los campos de producción cultural. En este sentido, la autonomía de estos campos se ha modificado en el tiempo, y tales modificaciones, para Bourdieu, no cesan en ninguna temporalidad³⁴. ¿Pero cómo pensar el grado de autonomía desde esta perspectiva, en relación con la problemática que analizamos? Por lo pronto, el grado de autonomía de un campo puede pensarse desde esta posición teórica según el grado en que el *principio de jerarquización externa* (como criterio del triunfo temporal calibrado en función de unos índices de éxito comercial o de notoriedad social) está subordinado dentro del campo artístico al *principio de jerarquización interna* (como criterio de consagración específica, reconocimiento casi exclusivo entre pares y negación de un “público”)³⁵. Según explica Bourdieu en su estudio de los campos artísticos franceses, cuanto mayor es la autonomía, más favorable es la relación de fuerzas simbólicas para los productores que no se interesan por la demanda, y más tiende a quedar marcada la distancia entre los dos polos del campo: el subcampo de la producción restringida (el arte por el arte) y el subcampo de la gran producción (el arte comercial).³⁶

Ahora bien, ¿cómo se dividen las aguas en el campo literario actual del país, de acuerdo a mi interés específico? ¿Podría hablarse de autonomía, hoy?

Si lo que divide a los grupos o movimientos internos de escritores en nuestro país (tengan participación en los *blogs* o no) se sustenta en la oposición entre el “éxito mundano” y la consagración específica, no es necesario aclarar que tal oposición hoy se encuentra debilitada: la participación de factores externos es

evidente y protagonista del devenir del campo literario, y entre esos factores, la posición que ocupan los medios como vehículos del consumo es predominante. Pero si nos remitimos a los casos que sostienen el interés de este trabajo, esto es, los escritores en vías de consagración que mantienen un *blog* periódicamente, encontramos un subgrupo interesante: no podría ubicárselos en lo que Bourdieu llama “gran producción” como tampoco en artistas que pugnan exclusivamente por el arte puro con fin último de distinción. Esto exige una suerte de “salto” al nivel siguiente de análisis: ¿cómo se comportan internamente los subcampos mencionados?

Bourdieu propone una diferenciación interna que se fundamenta en la distancia entre el arte “burgués” y esa condición sumada a lo “popular”. Esa distancia puede establecerse a partir de factores como el tamaño y la calidad social del público, o de, por ejemplo, el papel que pueden cumplir las instituciones académicas como modo de consagración (burgués), que han llegado a operar como “separadores” en el subcampo de la gran producción: por un lado, un arte burgués, provisto de todos los derechos de la burguesía, y por otro un arte comercial en estado puro, para Bourdieu doblemente devaluado, como mercantil y popular³⁷. Los autores, a partir de esto, se distinguirían tanto por su procedencia social y su trayectoria como por sus estilos de vida y sus afinidades literarias.

LA LUCHA: ESTRUCTURAS Y CAMBIOS

La noción de lucha aparece, entonces, como principio generador del sistema de oposiciones en que se constituye el campo literario. Una lucha sobre límites y sobre condiciones de pertenencia a cada subcampo de producción cultural. Lucha que, para Bourdieu, nada tiene de abstracta: “la realidad de cada producción cultural, y la propia idea de escritor, pueden acabar transformándose profundamente debido la mera ampliación del conjunto de personas que tienen algo

para decir sobre los asuntos literarios”³⁸. Esta cita sirve para asentar dos cuestiones fundamentales.

Por un lado, notar la imbricada relación entre los distintos niveles de análisis que se deben trabajar, a partir de que cualquier incremento del volumen de la población de productores –escritores– es una de las vías principales a través de las cuales los cambios externos afectan a las relaciones de fuerza en el seno del campo: de allí nacen las discusiones y los trastornos que Bourdieu adjudica a la irrupción de los “recién llegados” que, “por el mero hecho de su número y su calidad social, importan novedades en materia de productos y de técnicas de producción, y tienden a imponer en un campo de producción que es para sí mismo su propio mercado un modo nuevo de valoración de los productos”.³⁹

Por otro lado, la relación estrecha entre la mención anterior y la aparición de espacios Web mantenidos por escritores en el campo literario actual. La mayoría “recién llegados”, en el sentido de tratarse de escritores jóvenes (en el “código” del campo, no mayores de 40 años) y de haber desarrollado sus publicaciones en paralelo a la aparición de los soportes digitales.

Será necesario dilucidar cuáles son las modificaciones que puedan haber introducido estos escritores o grupos respecto a los productos “ofrecidos” y a las “técnicas de producción”, como también respecto a si existe un nuevo modo de valoración: tanto de los productos como de la distinción entre los autores y los lectores.

Por lo pronto, en el núcleo de estas luchas, y de las instancias específicas de consagración de las que habla Bourdieu, el lugar que ocupan –o pretenden ocupar– los escritores que administran blogs es lo que sostiene el interés del trabajo. Esto habla evidentemente de la autonomía permeable del campo en su estado actual, y se corresponde con la reflexión del autor sobre las luchas internas y sus “sensaciones” externas, en la idea de que las luchas internas están

en cierto modo “arbitradas” por las sensaciones que recibe “desde afuera”.

Pese a que sean en gran medida independientes de ella [las sensaciones externas] *en su principio* (es decir en las causas y en la razones que las determinan), las luchas que se desarrollan dentro del campo literario (etc.) dependen siempre, *en su conclusión*⁴⁰, *fasta* o *nefasta*, de la correspondencia que pueden mantener con las luchas externas (las que se desarrollan en el seno del campo de poder o del campo social en su conjunto) y los apoyos que unos y otros pueden encontrar en ellas.⁴¹

Desde ese punto de vista, los cambios que se pueden observar al interior del campo, como pueden ser cambios en las jerarquías internas entre autores, o géneros, o estéticas predominantes en la producción, son en parte posibles por la correspondencia entre algunos cambios internos y algunos cambios externos que ofrecen a las nuevas categorías de productores y sus productos “unos consumidores que ocupan en el espacio social posiciones homólogas a su posición en el campo, por lo tanto dotados de disposiciones y de gustos ajustados a los productos que les ofrecen”.⁴²

En este sentido, según Bourdieu, los cambios son fruto del encuentro entre dos procesos, relativamente independientes, que suceden dentro y fuera del campo en cuestión. “Viejos” y “nuevos” protagonistas: estos últimos rompiendo con un orden de producción vigente y decepcionando, en muchos casos, las expectativas previamente afianzadas dentro del campo, e intentando imponer su reconocimiento y el de sus productos gracias a la influencia de cambios externos. Cambios que, en el marco de este trabajo, sin duda están representados por la irrupción general de nuevos medios de comunicación –fuertes vehículos de consumo en todos los ámbitos–, y específicamente por la apropiación de nuevos formatos de publicación por

parte de autores y, en consecuencia, la supuesta mutación de algunas categorías de consumidores que se ofrecen afines a los productos que se publican, tanto en los formatos virtuales como en los formatos tradicionales y precedentes.

Proponemos, entonces, un retorno al interrogante específico previo a las reflexiones de Bourdieu. ¿A qué se parecen estos blogs, como espacios de escritores que no se desligan de la industria editorial, o por lo menos que no pretenden hacerlo? ¿Qué escriben estos autores allí, y qué relación se encuentra entre grupos y entre formatos de publicación precedentes?

4. ENTRELUGARES

La irrupción del *blog* no sólo abre un horizonte interesante de análisis como un nuevo formato de publicación que se acopla –desde un costado y desde cualquier sitio– a la industria editorial y sus vicisitudes, en lo que respecta a los recorridos de consumo que podrían inaugurarse para las obras, sino que por esa razón, también, se presenta como un vehículo paralelo de encuentro entre autores y lectores, y por lo tanto como espacio configurador de nuevas “formaciones” literarias –siguiendo el concepto de Williams⁴³, y en relación directa con los subcampos de producción que mencionara Bourdieu– que de algún modo no deja de reproducir características particulares de viejas instituciones del campo literario argentino, principalmente del siglo XX.

¿Por qué detenerse en esta idea de *formaciones literarias*, o en los “ingredientes” que conforman dichos subcampos? Básicamente para poder dar cuenta del trabajo que asumen los escritores que utilizan este medio, de la naturaleza de los textos que allí se publican y de las condiciones de participación que allí se implican. Dicho de otro modo, tomando algunas palabras de Williams⁴⁴, la importancia de captar los significados de los mismos grupos como acontecimientos culturales distintos (aunque relacionados) de la obra

individual de cada miembro.⁴⁵

Una aproximación a los contenidos publicados en los *blogs* de escritores demuestra que la heterogeneidad, ahora, es evidente: no sólo en los productos que despliega la industria editorial, sino también en las prácticas que llevan a cabo estos autores, periódicamente, en los espacios Web que mantienen. Las escrituras que allí se exponen, en general, no parecen tener una relación estrecha con la escritura ficcional que sí es protagonista en el papel; en ese sentido, el abanico es grande, y los blogs no se constituyen como mundos textuales autónomos, sino como complementos de otras producciones autorales.

Ejemplificamos lo anterior con algunas referencias precisas. El caso de Pedro Mairal⁴⁶, por ejemplo, permite analizar dos *blogs* de su autoría con distintos grados de “formalidad” literaria: en uno de ellos, el autor ofrece fragmentos de su obra editada en papel –cuentos, poemas, traducciones–, y presenta textos críticos y notas de prensa sobre dichas obras, junto con *collages* de su autoría que operan como referencias espaciales –guiños rescatados de la cotidianeidad– de los sitios y eventos que visita desde su posición de autor de ficciones. En su otro espacio, prima una escritura en primera persona, con coordenadas y locaciones precisas que operan en un umbral entre la literatura y la realidad cotidiana: un funcionamiento cercano a un diario de vida, como proceso de construcción o asentamiento de la experiencia personal. Ese tono reproducido por Mairal, que no se encuentra en sus obras en papel, también se expande en sus blogs a partir de las citas que recupera de otros autores, como una tendencia a vincular su propia voz con la de sus colegas.

Por su parte, Eduardo Berti⁴⁷ utiliza el formato blog como espacio paralelo de publicaciones literarias, al margen de sus ficciones. La intención, en su caso, es transparente: Berti ofrece citas y referencias críticas sobre otras obras que le agradan, y elabora así un ambiente de textos que “merodean” a la ficción o que

la reproducen desde otras voces. Asimismo, propone la publicación de textos con colaboraciones que recibe sobre sus publicaciones previas, y ofrece también textos críticos de su autoría publicados en otros soportes. Berti respeta el territorio de la literatura sin mostrar su literatura, forjando una cotidianeidad de ideas y voces que la alimentan desde los márgenes: un modo de construir las ficciones que son y que vendrán desde la contextualización.

Otros espacios (Daniel Link, Patricia Suárez, Juan Terranova, Juan Diego Incardona, Sonia Budassi, entre otros)⁴⁸ ofrecen, desde la mencionada heterogeneidad, un abanico de contenidos que en casi todos los casos decantan en las citas y referencias a otros autores. Podemos, a partir de estas pequeñas aproximaciones, volcar algunas ideas sobre los vínculos que parecen unir a estos nuevos espacios Web con lo anterior: los *blogs* de escritores mencionados se constituyen inicialmente como espacios de vínculos entre autores; *supuestamente* abren nuevas posibilidades para la conquista de nuevos lectores (la inclusión de comentarios y la naturaleza de la red operarían en ese sentido) y hasta parecen haber problematizado variantes internas a los géneros literarios establecidos, que tienen que ver con la naturaleza verbal y oral de los nuevos medios y con la preeminencia de formas de escritura fragmentarias. Pero fundamentalmente, estos *blogs* se ocupan de reproducir (o canalizar) parte de las alternativas y oposiciones que suceden y han sucedido históricamente dentro del campo literario, y que creemos fundamentales para entender cómo será el mapa de aquí en adelante: *relaciones externas*, en términos de Williams, que organizan a estos grupos a partir de medios alternativos u oposiciones a otras instituciones formales.⁴⁹

En este sentido, nos resulta pertinente recurrir a la atención que Carlos Altamirano y Beatriz Sarlo, al igual que Roxana Patiño, dedican a las revistas literarias como publicaciones periódicas producidas para

generar opiniones –desde la ideología hasta la estética–, y en consecuencia como una de las principales formas de organización del territorio literario⁵⁰. Esto se relaciona con la idea de que las revistas han tenido como estrategia legitimadora, durante varias décadas, la defensa y propagación de “cierta calidad” –entendida como valor exclusivamente literario, o como valor político y estético.⁵¹

Estos espacios como “marcas personales”, entonces, no pueden desligarse de su inserción en un *colectivo* que parece funcionar como una sumatoria de espacios *contiguos* y a su vez *tejidos*, en el sentido que el mismo Williams adjudicó a movimientos sin organización formal ni organización colectiva explícita, pero donde se puede constatar una asociación conciente, expresada informal y ocasionalmente⁵². Espacios de publicación personal que no parecen negarse a una identificación de comunidad dispar de posiciones respecto de la literatura y del campo literario actual. Esto obliga a pensar, entonces, en una cierta –y compleja– correspondencia con los rasgos tradicionales de las revistas: una naturaleza extraña para estos sitios, que podrían tender líneas de contacto con nociones como la de *entrelugar*, propuesta por Roxana Patiño para las revistas culturales y literarias en la Argentina. Por qué no pensar, a partir de aquí, a estos espacios Web como *entrelugares* de la literatura actual, una “multiplicidad de fragmentos que es más que la suma de todos ellos y cuya riqueza habilita una lectura compleja de una sensibilidad social y cultural de una época”⁵³. Estas palabras que citamos fueron expuestas en un contexto de revistas literarias difundidas en papel, en nuestro país. Pero creemos que la relación puede ser fructífera, aunque en los *blogs* no se observen “manifiestos” ni “doctrinas” grupales de acción como los que refieren Altamirano y Sarlo en el pasado literario nacional, y aunque se reformule la definición histórica y cambiante de un *nosotros* y un *ellos*, hoy quizás más cercana a la idea de piezas que compiten

por jerarquías de visibilidad, y que se encastran en una “maquinaria” desigual.

NOTAS Y REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

1. Artículo realizado en el marco de una investigación más amplia sobre literatura y nuevos formatos de publicación Web.
2. Citado aquí según el concepto de Theodor Adorno y Max Horkheimer del traspaso de la actividad cultural hacia las formas del mercado y la producción industrial, que implicó la consideración de una obra de arte como mercancía y la necesidad de concebir la relación entre autores-espectadores como productores-consumidores. ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. *Dialéctica de la ilustración*. Valladolid, Trotta. (1998 [1944]).
3. ORTIZ, Renato. *Otro territorio*. Universidad Nacional de Quilmes, Buenos Aires. 2005. pág. 98.
4. *Ibid.* Pág. 93.
5. WILLIAMS, Raymond. *Cultura. Sociología de la Comunicación y del Arte*. Paidós, Buenos Aires. 1981.
6. *Ibid.* Pág. 97.
7. *Ibid.* Pág. 98.
8. *Ibid.*
9. *Ibid.* Pág. 99.
10. *Ibid.* Pág. 101.
11. *Ibid.* Pág. 102.
12. *Ibid.*
13. *Ibid.*
14. *Ibid.* Pág. 104.
15. *Ibid.* Pág. 111.
16. *Ibid.* Pág. 112.
17. *Ibid.*
18. *Ibid.* Pág. 114.
19. *Ibid.* Pág. 115.
20. *Ibid.* Pág. 116.
21. *Ibid.* Pág. 118.
22. *Ibid.* Pág. 119.
23. *Ibid.* Pág. 120.
24. BOURDIEU, Pierre. Las reglas del arte. Génesis y estructura del campo literario. Anagrama, Barcelona. 2002. Pág. 213.
25. *Ibid.*
26. *Ibid.* Pág. 214.
27. Cuando hablamos de campo literario, nos referimos naturalmente al campo de nuestra incumbencia. Bourdieu también lo señala de este modo, con la salvedad de que incluye, después de la denominación "campo literario", este agregado: "(etc.)". La razón por la que el autor agrega permanentemente un "etcétera" se sostiene en la homología que encuentra entre los distintos campos de las disciplinas artísticas. En este sentido, para Bourdieu no se observan grandes diferencias entre las vicisitudes observables en el campo literario y el campo de la pintura, por ejemplo. Allí también reside el hecho de que el autor hable en reiteradas oportunidades de "campo artístico y literario".
28. Bourdieu encierra fundamentalmente dentro del *campo de poder* a los campos *económico* y *político*. En el caso del análisis del *campo literario* y de su relación con el *campo económico*, el vínculo está marcado sobre todo por los *consumidores*: Bourdieu ubica a los *consumidores* como la base de lo *económico* en la relación con las obras culturales.
29. *Ibid.* Pág. 318.
30. *Ibid.*
31. *Ibid.*
32. *Ibid.* Pág. 321.
33. *Ibid.*
34. *Ibid.* Pág. 322.
35. *Ibid.* Pág. 323.
36. *Ibid.*
37. *Ibid.* Pág. 326.
38. *Ibid.* Pág. 332.
39. *Ibid.* Pág. 334.
40. Los destacados de esta cita corresponden al autor.
41. *Ibid.* Pág. 375.
42. *Ibid.* Pág. 376.
43. *Ibid.*
44. WILLIAMS, Raymond. *Cultura. Sociología de la Comunicación y del Arte*. Paidós, Buenos Aires. 1981.
45. *Ibid.* Pág. 98.
46. Escritor nacido en Buenos Aires en 1970. Ganador del Premio de Novela Clarín 1997, autor de numerosas obras y traducido y editado en Francia, Italia, España, Portugal, Polonia y Alemania.
47. Escritor, traductor, periodista y guionista nacido en Buenos Aires en 1964. Publicó novelas y cuentos en Argentina y Francia. Entre sus obras se destaca su última novela, "La sombra del púgil", editada por el Grupo Norma en 2008.
48. Entre estos escritores también utilizan los blogs desde distintas perspectivas, a partir de las posiciones que han erigido como autores: Daniel Link, escritor consagrado por sus publicaciones y por su labor académica, hace confluir en

su blog las cuestiones literarias con otras disciplinas. Aquí un ejemplo: <http://linkillo.blogspot.com/2009/10/terapia-intensiva.html>. Patricia Suárez, Juan Terranova y Budassi, por otra parte, utilizan los recursos señalados para otras difusiones; Incardona también, aunque estructura sus publicaciones en torno a los contenidos subsidiarios respecto de su obra publicada en papel. Un ejemplo aquí: <http://diasqueseempujanendesorden.blogspot.com/2009/09/la-batalla-por-la-mente-del-lector.html>.

49. WILLIAMS, Raymond. Cultura. Sociología de la Comunicación y del Arte. Paidós, Buenos Aires. 1981.

50. ALTAMIRANO, Carlos; SARLO, Beatriz, Literatura/Sociedad. Hachette, Buenos Aires. 1984. Pág. 96.

51. Ibid.

52. WILLIAMS, Raymond. Cultura. Sociología de la Comunicación y del Arte. Paidós, Buenos Aires. 1981.

53. PATIÑO, Roxana, "Revistas literarias y culturales argentinas de los 80". Revista *Ínsula* n° 715-716, agosto. 2006.

REGISTRO BIBLIOGRÁFICO

VIGNA, Diego y CASARIN, Marcelo

"Entrelugares. Un acercamiento a los blogs de escritores como nuevos espacios del campo literario argentino" en *La Trama de la Comunicación, Volumen 14, Anuario del Departamento de Comunicación*. Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de Rosario. Rosario, Argentina. UNR Editora, 2010.