





LOS ECOS DE ECO

# LA LITERATURA ENTRA AL SUPERMERCADO

La fabricación del éxito se ha vuelto obsesiva en Europa, al punto que el crítico italiano Roberto Bertolini ha lanzado una frase feliz: la industria editorial. Antes, en la década del 60, Teodoro W. Adorno, como representante de la escuela de Frankfurt, había bautizado a todos los subproductos del desarrollo tecnológico como la industria cultural. Tal denominación involucraba a la TV, el cine, las novelas de quince y todas las emergencias de lo que el filósofo alemán llamaba "modos ineducables".

Desde el comienzo de la década del 80 la literatura está directamente en la feria de los productos transables. El mayor escándalo del momento europeo lo constituyó la aparición de *El péndulo* de Foucault, la segunda novela de Umberto Eco, el enriquecido y delirante autor de *El nombre de la rosa*. Ha sido con uno favorito que Eco, un hombre forjado en la férrea disciplina de la semiótica, haya entrado en el juego —o en la apuesta— de sus representantes editoriales. Con *El péndulo...* han pasado las historias más escabrosas: en primer lugar, la aparición de una crítica anticipada a la puesta en venta del libro; en segundo término, la acrimoniosa evaluación del relato por parte del *Observatore romano*, el diario vaticano, que lo calificó como una "monstruosa patraña comercial".

Ecce dos circunstancias, añadidas a la ya adquirida fama del autor, determinaron que la nueva novela de Eco se haya vendido en forma vertiginosa, hasta alcanzar en su edición en italiano casi el millón de copias (aún no ha sido analizada la cantidad de ejemplares en sus respectivas traducciones, que salieron al mercado casi simultáneamente con la edición original). En este caso —el de mayor fulguración de los últimos tiempos— no ha faltado nada para redondear el marizo éxito editorial, en la que estaba, además, la complaciente contribución del novelista.

## Fabricar un "best seller"

Hasta no hace muchos años estábamos acostumbrados a que fueran los norteamericanos quienes con más categoría ahincaban fabricando los best sellers. Significaba vender dos o tres millones de ejemplares en unos pocos meses y luego que el libro fuera comprado por los productores de Hollywood para matarlo en cine.



Umberto Eco: ensayos, literatura y "marketing".

se había establecido desde los viejos tiempos de Scott Fitzgerald y al que entraron los más prestigiosos escritores de la Unión.

Pero el best seller entró en abrumadora decadencia en Estados Unidos y los autores que lo siguieron fabricando fueron, en su mayoría, escritores de segunda clase. Los europeos, mucho más peregrinos, se dieron cuenta de que para la industria editorial no se podía usar a escritores del montón y cesaron, entonces, las más ansiosas expectativas en torno a nombres que tenían detrás un sólido respeto de eruditos y literarios. De manera tal que pesado el lugar de *El péndulo...*, las salinaciones se hayan trasladado a dos autores que están aperrados al éxito: Gabriel García Márquez y Oriana Fallaci, aunque también ronda en el mismo espectro otro latinoamericano: Augusto Roa Bastos. De García Márquez se espera con abalada impaciencia la aparición de *El general en el laberinto*, una novela basada en los años amonios o eróticos de Simón Bolívar. En declaraciones sucesivas y sofocadas, García ha insistido en que no trata de denotar la figura del patriarca de la liberación venezolana. Oriana Fallaci, encerrada en su departamento de Manhattan, escribe con vigoroso derroche su autobiografía, después del éxito alcanzado con *El hombre* en 1980. La más famosa periodista italiana abandonó definitivamente su profesión para dedicarse a la literatura cuando entrevistó que fabricando un éxito editorial era posible ganar más con menos esfuerzo. Eso no quiere decir que lo nombrado por Eco no tenga los



atributos y características de su proclamado estilo. Esta vez Fallaci escribió su propia historia en un encendido escenario: el Líbano, para luego irse desplazando por otros lugares no menos conflictivos del mundo.

Sin embargo, la casa Rizzoli, que ya tiene comprados los derechos de ese libro, que aún no tiene título, se muestra cautelosa en adelantar cualquier información: la proverbial inercia de la italiana podría echar a perder todo el negocio. Eso es al menos lo que se comenta en la prensa europea, pero no es difícil imaginar que se trata de una tática publicitaria. De adentro al público, al posible comprador, que la autora está encasillada en su departamento de la Calle 81 en Nueva York, que no recibe a nadie, que no solienta información de ninguna índole, que es demasiado susceptible a las interrupciones periódicas —su vieja profesión— y que cualquiera distracción para la artista puede significar un atraso en la publicación de la magna obra. Ahí ya está fabricado el best seller y la industria editorial puede respirar tranquila.

Cuando se piensa que Bastos tenía que escribir como un descontentado para pagar sus deudas de una vida que, a veces, quería fastuosa, al comprobar las arrematas de las que se vive al mundo impresor para lograr sus más acuciantes virtudes, se vive en cierto pesimismo: la "gran" literatura parece escrita por los agentes literarios, por los publicistas, por los creadores de mitos, por los inventores de la nada.

# La literatura entra al supermercado [artículo] C.O.

Libros y documentos

## AUTORÍA

C.O.

## FECHA DE PUBLICACIÓN

1989

## FORMATO

Artículo

## DATOS DE PUBLICACIÓN

La literatura entra al supermercado [artículo] C.O. retr.

## FUENTE DE INFORMACIÓN

[Biblioteca Nacional Digital](#)

## INSTITUCIÓN

[Biblioteca Nacional](#)

## UBICACIÓN

Avenida Libertador Bernardo O'Higgins 651, Santiago, Región Metropolitana, Chile