

VII Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2007.

Lo público y lo literario: entre la cultura escrita, la industria y la socialidad.

Hernán Vanoli.

Cita:

Hernán Vanoli (2007). *Lo público y lo literario: entre la cultura escrita, la industria y la socialidad. VII Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-106/71>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

“Lo público y lo literario: entre la cultura escrita, la industria y la socialidad”

Lic. Hernán Vanoli

UBA / CONICET

Introducción

A esta altura, y tras varios decenios de investigaciones en sociología del arte, resulta casi una obviedad decir de que la significación social de las prácticas artísticas se encuentra históricamente determinada. Desde Weber, la autonomización de las esferas propia de la modernidad abre al mundo de las prácticas y significaciones vinculadas al arte como un campo problemático que, además de constituirse como una prolongación de lo religioso por otros medios, presenta relaciones opacas para con el resto de las esferas. Un tanto más inquietante aún parece ser la cuestión de lo que en la actualidad podría pensarse como la especificidad de la experiencia artística, desde que, más allá de lo sublime kantiano, la pretensión anti – esencialista de la sociología siempre encontró dificultoso encontrar un común denominador capaz de definir los modos de relación entre materiales, practicantes y obras al interior de las diversas disciplinas. Estas cuestiones requerirían de una sociología de la percepción y de una sociología del cuerpo que, por el momento, parecen demasiado lejanas. Es por eso que en este trabajo nos proponemos objetivos bastante más modestos. De esta manera, nuestros análisis intentarán concentrarse en el tipo de experiencias sociales propias de una disciplina de por sí difícil de cercenar como la literatura, y su relación con el espacio público. El problema que guiará nuestras indagaciones se vincula con la transformación histórica del tipo de relaciones que se tejen entre la literatura como un conjunto de experiencias y objetos culturales y el estado de la imaginación social del cual la misma forma parte en tanto disciplina. Es por ello que, en las líneas que siguen, intentaremos rastrear las relaciones entre la conformación de lo público en la modernidad y el lugar ocupado por la literatura en ese proceso, que a su vez irá definiendo el lugar de la literatura en la imaginación social incluso antes de su autonomización y su constitución en lo que, en términos de Bourdieu, podría haber sido pensado como el nacimiento de un campo relativamente autónomo a mediados del siglo XIX.

La conformación del espacio público ha recibido casi tantos abordajes como usos del término existen en la filosofía política que se viene escribiendo desde Maquiavelo. Por más que nuestro objetivo central sea reflexionar sobre ciertas condiciones actuales de lo público literario, se hace urgente una definición de ciertas dimensiones conceptuales que podrían ser útiles para llegar a una definición de lo público inclusiva de sus transformaciones históricas. En este sentido, Caletti (2006) nos aporta vetas de análisis que piensan lo público como un sistema de refracciones que es al mismo tiempo una matriz especular de producción de relaciones sociales. Según su hipótesis, lejana de las interpretaciones juricistas del derecho o la teoría política más conservadora, lo público no puede ser pensado por fuera de un régimen de visibilidad

históricamente construido en base a las condiciones de autorrepresentación vigentes en una sociedad. Estas condiciones vendrían a instaurar, por una parte, diferentes instancias de socialidad, mientras que estarían constituidas en tensión con el horizonte tecnológico a su vez habilitado por las diferentes prácticas sociales de apropiación del mismo, capaces ellas (y no la tecnología de por sí) de aportar una gramática de lo visible a las relaciones sociales. La politicidad de lo público emergería entonces como el fruto de una serie de tensiones y articulaciones entre estas instancias multiformes, y debería concebirse en tensión con lo político - institucional. En este sentido, no estaríamos mirando lo cultural a la luz de lo político ni lo político a la luz de lo cultural, sino que se trataría de un rastreo que nos permita comprender ciertas articulaciones de lo político-cultural en el mundo de las experiencias literarias. ¿Cómo se piensa la relación entre la visibilidad de la autorrepresentación social y las formas de sociabilidad propias de lo literario entendido como una esfera de prácticas en una época determinada? ¿Qué ocurre cuando la apropiación social de las tecnologías de comunicación colisiona con modos arraigados de acontecer de lo (micro)político? ¿Hasta qué punto lo público puede ser pensado como una instancia irradiadora de una politicidad de efectos homogéneos o, en el presente, debería pensarse a través de una lógica fragmentaria? ¿Y cuál sería el criterio para discernir esos fragmentos? Sin perder de vista que nuestro objeto de investigación está constituido por cruces entre modos de acontecer de lo público con un ámbito específico de prácticas y experiencias, y antes de ocuparnos de la lógica fragmentaria que creemos campea en la actualidad, será necesario rastrear algunos elementos que acompañan la génesis y el desarrollo de la publicidad burguesa, para después pasar a un rastreo del lugar y significaciones de lo literario en la conformación de la esfera pública. Para ello, nos abocaremos en primera instancia a desarrollar algunas implicaciones del desarrollo de Habermas (1986) en su *Historia y Crítica de la Opinión Pública*.

Habermas y el surgimiento de la acción literaria

¿Qué podría ser como lo específico de la sociabilidad literaria que se consolida en el siglo XVIII y resulta capaz de crear a lo privado como un pliegue de la publicidad naciente? En el trabajo de Habermas podemos encontrar una doble valencia del régimen de prácticas, experiencias y ámbitos de sociabilidad que comprenden el término de “literarios”. De un lado, lo literario aparece como un elemento constitutivo de las relaciones entre la publicidad burguesa y lo político institucional a lo largo del siglo XVIII. Habermas entiende por publicidad literaria a las articulaciones entre formas de socialidad que se gestan tanto en torno a la naciente proliferación

de noticias (publicidad burguesa compuesta por propietarios) como a aquellas otras que florecen en torno al desarrollo de un mercado de bienes culturales que dará como fruto al público lector (restringido a aquellos poseedores de propiedad y educación), el cual en el largo plazo ampliará sus fronteras hasta establecerse como el incipiente gran público (que, en lo que a la lectura se refiere, devendrá masivo en el siglo XIX). Estos tres elementos, sin embargo, juegan en el ámbito en el que entendemos a lo público de acuerdo a su definición amplia, es decir como instancia de autorrepresentación de la sociedad. Pero lo que Habermas parece entender como lo que provisoriamente llamaremos “la acción literaria” tendría relaciones complejas con la publicidad burguesa, desde que sus orígenes deberían ser pensados no tan sólo como zonas de articulación de lo público sino también en tanto transformaciones de orden epistémico vinculadas a esquemas cognitivos que parecen modificarse al ritmo de nuevos usos sociales de lo escrito. Nos referimos a la creciente producción y circulación de cartas y diarios íntimos que conforman una nueva subjetividad establecedora de los límites de lo privado que al mismo tiempo es un modo diferencial de relación con el mundo. La narración como auto – observación del yo, escrita desde lo que podría pensarse como una esencia de “lo humano”, es resaltada por Habermas como un nuevo tipo de acción social en la cual las relaciones entre objetos y representaciones parecen trastocarse. De este modo, narración epistolar en primera persona y diario íntimo se encontrarían conectados con la subjetividad construida en las relaciones pequeño – familiares, que, como recinto más íntimo de lo privado, poseen un *locus* continuamente inserto en lo público, desde que muchas veces se transforman en publicaciones. De allí, justamente, surge la novela burguesa en tanto descripción psicológica en forma autobiográfica, e incluso comienzan a darse éxitos editoriales como la *Pamela* de Richardson, que es una novela epistolar. Pero esto no debe hacernos olvidar que en este caso no estamos hablando de lo literario como una instancia que se entrelaza con lo público, sino que lo estamos señalando como un elemento capaz de forjar sus límites con respecto a lo privado. Las relaciones entre autor, obra y público parecen estar personalizadas en tanto interrelaciones íntimas de personas privadas, psicológicamente interesadas en lo humano. Lo que Habermas llama *fiction*, la acción literaria, se constituye sobre la ilusión de que autor y lector son personas que se expresan: por primera vez en la historia, la relación con lo escrito que implica dicha acción literaria funciona como sustituto de la propia acción. Lectura, escritura e intercambios epistolares virtualizan la noción de realidad y trastocan todo el diagrama de la imaginación social a partir del nacimiento de lo íntimo, pliegue por cierto discursivo de la privacidad. El lector, perteneciente en primera instancia a selectas capas de la burguesía, se apropia activamente de la literatura y la aplica a su vida íntima, conformando una intimidad literariamente mediada. Es así que la literatura convertida en

fiction conecta sala de estar y salón, y con ello delimita las formas de conexión entre dos instancias de socialidad propias de lo público y lo privado. Vemos así que la subjetividad del individuo privado está sumergida desde un principio en la publicidad. Este nuevo estatuto de lo literario tendrá sin dudas repercusiones en el uso y modos de circulación de los objetos que soportan a los textos en cuestión (Chartier, 2006). Si bien es sabido que desde fines de la edad media existe un uso cotidiano y casi instrumental de los variados formatos que soportan lo escrito (tablas de arcilla, papiros, folletos y libros de cordel circulantes en ferias y paseos), el siglo XVIII parece ser testigo de una lectura que, si bien no se experimenta desde el goce estético ni desde una idea de entretenimiento, halla una carnadura mucho más profunda en la vida cotidiana de los individuos, dejando de funcionar a modo de alegoría o de manual de soluciones prácticas para con el mundo objetivo y constituyendo una nueva dialéctica entre lo escrito y la realidad, que, paradójicamente, no dejará de incrementar los márgenes de racionalidad imperante en la economía discursiva que desbordará sobre el resto de las esferas en proceso de autonomización. En función de esto, Habermas se ocupa de resaltar que el raciocinio literario se asocia con el hombre y el raciocinio público con el propietario, y que de la conjunción de ambos nace el hombre – propietario que sostiene la familia y junto a ella la racionalidad burguesa. Lo que deseamos destacar en esta instancia es el hecho de que existe un nivel en el cual lo literario trasciende un mero rol de “dimensión” o “esfera” por cierto central en el proceso de conformación de la publicidad burguesa, sino que se trataría de un cambio epistémico *sui generis* capaz de reordenar la relación entre lenguaje, realidad y subjetividad afectivamente conformada al interior de la familia nuclear. Es por eso que, en el siglo XVIII, la literatura no sólo ocupa un lugar en el diagrama de la imaginación social sino que, al formatear los límites entre lo público y lo privado, interviene en su gramática interna. A diferencia de lo que ocurría en tiempos de los antiguos griegos, donde el *oikos* doméstico estaba separado de una politicidad pública que exportaba sus atributos hacia lo que desde nuestros tiempos podría pensarse como lo privado, la publicidad burguesa se nutrió desde sus inicios de una privacidad literariamente constituida. Es por eso que, a decir de Habermas, la tarea política de la publicidad burguesa se realiza ya con el proceso de conformación de la intimidad en sus espaldas. La publicidad literaria institucionaliza una conciencia que media antes que la sanción de la norma legal y, en última instancia, la legítima. Será sólo mediante una retroversión ideológica que la esfera íntima se creará independiente de la esfera privada cuando, en realidad, depende completamente del mercado. Señala Habermas:

“Por lo general, ambas formas de publicidad encajan bien la una con la otra. En ambas se forma un público de personas privadas cuya autonomía, basada en la

disposición sobre la propiedad privada, quiere manifestarse en la esfera de la publicidad burguesa como tal...” (1986:91).

La acción literaria aparece entonces como el doblez obstructor del desarrollo político institucional de la acción comunicativa a través de la catalización del pliegue de lo privado y las modificaciones en lo el estatuto de lo público que éste introduce. Sería temerario decir que el desarrollo de la modernidad muestra características homogéneas, pero sin embargo parece coincidir en el hecho de que, además del surgimiento de las esferas que segmentan el mundo de la vida, el proceso de institucionalización de las diferentes constelaciones de prácticas y posibilidades de significación de los diversos objetos culturales que las acompañan tiende a organizarlas según la estructura de campos de fuerza al interior de los cuales empiezan a producirse luchas cada vez más específicas en torno a la legitimidad. A pesar de esto, nuestra hipótesis de trabajo radica en que para comprender la significación social de lo literario en la actualidad el enfoque concentrado a partir de luchas por la legitimidad resulta insuficiente. Es por esta razón que se hace urgente una revisión de las relaciones entre el concepto de lo público y el tipo de publicidad específica propia de las formaciones de practicantes radicados en torno a ciertas artes de hacer, nutrida, como hemos resaltado, de la articulación entre socialidades, tecnologías, regímenes de visibilidad y modos de autorrepresentación. En el apartado siguiente intentaremos rastrear algunos modos de institucionalización de lo literario que anteceden a la conformación de lo que podría ser pensado como un campo dotado de sus especificidades.

Lo público y lo literario: entre la cultura escrita, la industria y la socialidad

No hay dudas de que las prácticas y experiencias vinculadas a lo literario no pueden ser entendidas por fuera del lugar ocupado por la cultura escrita en el diagrama de la imaginación social. La apropiación social de los diferentes objetos culturales está enraizada en todo un sistema de relaciones entre lectores, textos y materiales que inevitablemente sirven como soporte para dichos textos, y las prácticas de lectura están sometidas a diversas transformaciones históricas. Pero el problema de lo literario parece no agotarse allí, sino que se nos presenta como un escenario privilegiado para leer todo un diagrama de relaciones existentes entre la producción de objetos culturales, el devenir de la estructura interna de la literatura en tanto disciplina artística, la apropiación social de nuevas tecnologías y los cruces entre la industria del entretenimiento, las acciones estatales y sus definiciones sobre la cultura, y las formas de socialidad que despliegan sus esquirlas para redefinir la arquitectura de lo público.

Desde esta perspectiva, la mercantilización de la cultura aparece como un hito fundamental en el proceso de la relativa autonomización del campo literario. Según Habermas, el siglo XVIII es testigo de un proceso en el cual el “arte” y la “cultura” se desgajan de la reproducción de la vida social, y personas privadas los “consumen” basadas en su raciocinio y al interior de las pequeñas familias. De esta manera, ya para 1750 podría percibirse el triunfo de un “gran público” de procedencia burguesa formado en museos, teatros y conciertos. La pérdida del aura de las obras de arte sería, en este contexto, la consecuencia de que los productos artísticos, transformados en mercancías, pasan a ser universalmente accesibles y ya no son elementos de representación de la publicidad eclesiástica o cortesana. Y esta diseminación de productos artísticos, o mejor dicho de objetos que circulan en lo que podría ser pensado como un incipiente mercado de bienes simbólicos, redefine los modos de leer la triple partición de lo público en tanto articulación de modos de autorrepresentación, de visibilidad y de socialidad. Desde que la cultura se mercantiliza en un marco de desarrollo incipiente de la publicidad burguesa, se produce una escisión entre el gran público de la cultura mercantilizada, el público no institucionalizado pero calificado para intervenir en ciertos ámbitos de socialidad, y el público de propietarios en vías de institucionalización como contrapartida del poder político. Señala Habermas:

“Allí donde el público se institucionaliza como grupo fijo de interlocutores, este no se equipara con el público, sino que, en todo caso, reclama ser reconocido como su portavoz, quizá incluso como su educador, quiere actuar en su nombre, representarlo: tal es la nueva forma de la representación burguesa. El público de la primera generación se sabe, allí donde se constituye como círculo especificable de personas, dentro de un público mayor. Se trata siempre de una corporación publicística, pues una discusión interna puede tornarse siempre externa...”
(1986:75)

El “gran público” se conforma al margen de la sociabilidad propia de salones, tabernas y coffee shops, y también de las tempranas instituciones conformadas por propietarios dueños de un raciocinio crítico: es difuso porque a comienzos del siglo XVIII las masas son pobres e iletradas, y no pueden intervenir en el mercado de bienes culturales. Resulta clave destacar que Habermas atribuye rasgos corporativos y una pretensión de representatividad a aquellos estratos del público que, a diferencia del “gran público”, están compuestos por un “círculo especificable de personas”. Esto se encuentra en sintonía con la hipótesis habermasiana de que la afectividad propia de las logias y las sociedades secretas (en especial la francmasonería) constituirían en cierta medida un germen de publicidad burguesa que se va divulgando e institucionalizando. Pero, al mismo tiempo, esta distinción nos instala en el interrogante acerca de las relaciones entre los tres distintos estratos del público en relación con lo literario. Si la publicidad burguesa

puede tranquilamente ser pensada como la confluencia de estos tres modos de agrupación social, la relación de cada uno de ellos con lo literario ostentará características divergentes.

Señalamos ya que lo literario puede ser pensado en tanto un tipo de acción social pero asimismo como un elemento constitutivo de las relaciones entre la publicidad burguesa y lo político institucional. Ahora bien, ¿qué tipo de discurso, qué tipo de soporte y que tipo de socialidad confluyen en este modo de acontecer de lo literario en relación con el régimen de visibilidad constituido por lo público? En este plano, consideramos fundamental prestar atención al lugar ocupado por la noticia. No es un hecho menor que Habermas considere a la proliferación de noticias administradas por el estado como uno de los requisitos necesarios para su consolidación en tanto institución moderna y, asimismo, para el ulterior desarrollo de la publicidad burguesa. En este punto preferimos abandonar la contraposición entre información y narración propia de ciertos abordajes esencialistas y concentrarnos en las noticias como un modo de articulación entre tecnologías y socialidad que a su vez expresan cierta arquitectura de la visibilidad propia de lo público. Señalamos ya que el paso de la noticia como un insumo monopolizado y dosificado por el aparato estatal a su existencia en tanto mercancía producida por incipientes empresas periodísticas cuya circulación habilita la puesta en socialidad de un público raciocinante capaz de instaurar ámbitos de discusión entre iguales orientados hacia el control de la acción estatal, tiene su anverso en la proliferación de escrituras privadas que circulan en diarios íntimos e intercambios epistolares. Se trata de dos economías discursivas cuya circulación siempre dependerá del tipo de soportes materiales en los que se encuentran entreveradas, y habilitarán por cierto dos regímenes de socialidad divergentes que Habermas hace coincidir bajo el nombre de “lo literario”, aunque esto no debe confundirnos en lo que respecta a sus disímiles velocidades de masificación y desarrollo.

Podría decirse que el desarrollo de ambas facetas de lo literario (en tanto tipo de acción social y en tanto elemento constitutivo de las relaciones entre la publicidad burguesa y lo político institucional) posee un tronco de socialidades en común, dado que la publicidad burguesa nace en tensión con lo literario. La forma de socialidad propia de esta instancia no es otra que el salón literario del siglo XVIII. A medida que crece la concentración urbana, la antigua corte va perdiendo su potestad como público cultural legítimo, y la cultura en vías de mercantilización adquiere nuevos significados. Los coffee shops ingleses cumplen funciones análogas a los salones franceses: se trata de los primeros ámbitos de socialidad donde un conjunto de extraños hablan y discuten aplicando el raciocinio en lugares que tienen un carácter intersticial entre la corte y lo público en proceso de conformación. Ubicados muchas veces también entre la sección de la casa burguesa consagrada a la intimidad propia de la vida familiar y la puerta de calle, los

salones dan lugar a encuentros que no necesariamente presuponen la igualdad de estatus entre los asistentes sino que prescinden de ésta. Según Habermas, existiría una paridad en la que la autoridad del argumento prevalece sobre aquella de la jerarquía social, dando lugar a una idea de público que va más allá de las jerarquías económicas. En tanto forma de sociabilidad el salón parece poseer una doble valencia, que a su vez lo posiciona como una usina de producción de dos facetas de lo público literario. Por ello, será necesario que tengamos en cuenta por un lado el rango social de sus integrantes y, por otro, sus formas de apropiación de las tecnologías disponibles. Como dijimos, los asistentes al salón eran personas cultivadas procedentes de la sociedad aristocrática y de la intelectualidad burguesa. Se trata de un público lector restringido, formado en los primeros decenios del siglo XVIII, en el momento en que los editores sustituyen a los mecenas (la aristocracia cortesana del siglo XVII no constituía un público, desde que hacía un consumo ostentatorio más que la sería lectura de un público interesado en los asuntos privados propios de la burguesía). Sus hábitos de lectura poco tienen que ver con la apropiación popular de la literatura de cordel, donde era frecuente la lectura colectiva y en voz alta. La conformación de lo íntimo se enraiza en una lectura que empieza a ser solitaria y silenciosa, y que apunta a la constitución afectiva de los nuevos sujetos. Sin embargo, aquí surge un hecho paradójico, que nos habla de la diferencia de velocidades a la que venimos haciendo mención. La mercantilización de la cultura no se produce de forma homogénea, sino que en primer lugar parece haber sido habilitada por un tipo de apropiación de la tecnología disponible nacida en la imprenta y la conformación de periódicos de noticias comerciales, políticas y financieras. Esta preponderancia de la noticia como factor desencadenante de un nuevo uso social de la imprenta va a engarzarse con el proceso de mercantilización de la cultura más amplio, que logra que un grupo de lectores restringidos comience a extenderse en un movimiento que también comprende la asistencia a museos, conciertos y teatros, pujando hacia la institucionalización del juicio profano del arte y dando pie a nuevas instancias de socialidad que comienzan a convivir y a yuxtaponerse. La multiplicación de salones y coffee shops engendrará, por una parte, el surgimiento de ámbitos específicos de crítica especializada diferenciados de éstos, y por otra la aparición de los primeros best-sellers de novelas epistolares. Vale la pena resaltar que, pese a entenderse a sí misma como mandataria del público no exenta de funciones pedagógicas, la naciente crítica aún no hace una crítica formal de la obra sino que, circulando en semanarios morales dedicados a temas amplios, toma al mismísimo público como uno de sus temas. Vemos así que el ocaso del siglo XVIII se encuentra atravesado por una superposición de desarrollos de lo público literario que, al mismo tiempo, es una superposición de temporalidades y modos de construcción de socialidad. Chartier (2006) nos señala la convivencia entre libros

impresos, libros de cordel y volúmenes manuscritos de circulación clandestina que incluso eran intervenidos por los lectores, y a esto debemos sumarle las tensiones y solapamientos existentes entre el gran público, los grupos de crítica de arte en proceso de institucionalización, la socialidad propia de los salones y los saltos tecnológicos que acontecen al interior de la industria editorial. De esta forma, podemos notar que el proceso de autonomización del campo de producción literaria llevará sobre sus espaldas ciertas tensiones que al mismo tiempo son modos de articulación de una publicidad específica entre la cultura escrita, la industria y las formas de socialidad que, lejos de sobreañadirse u homologarse a la estructura de un campo de producción legítimo, parecen abrir diferentes frentes de producción y circulación de lo literario, cuyo estatuto asimismo se modifica tanto en base a la mercantilización de la cultura como de los nuevos usos sociales de lo escrito y de lo ficcional, que, sin llegar a constituirse como experiencias puramente estéticas, abren un abanico de apropiaciones y gramáticas de producción que en muchos casos parecen olvidadas.

Bourdieu y las facetas de lo público literario ante la relativa autonomización del campo

Partimos desde una noción de lo público que nos impide analizarlo desanclado de la articulación entre socialidades, tecnologías y regímenes de lo visible que conforman modos de autorrepresentación de la sociedad. Haciendo uso de estas dimensiones, intentamos pensar los cruces entre la conformación de la publicidad burguesa en el siglo XVIII y ciertas transformaciones en el estatuto de lo literario. Resaltamos así el lugar intersticial de lo literario, caracterizándolo por un lado como un conglomerado de prácticas que no puede separarse del surgimiento de lo privado ni de todas sus implicancias epistémicas en el forjamiento de un nuevo tipo de subjetividad y, por otro, como un elemento catalizador de la conformación de una publicidad raciocinante dispuesta a intervenir políticamente en la gestión del estado. Se trató de una constelación de escenarios, un proceso en ebullición donde las tempranas instituciones de lo literario poco a poco se desgajan de aquellas del gran público sin que por ello dejen de existir un sinfín de usos y socialidades intermedias donde la experiencia literaria aún no alcanza a ser un hecho puramente estético. Sin embargo, ha llegado el momento de pensar las nuevas dimensiones de lo público literario ante lo que Bourdieu llamaría la “autonomización del campo”, es decir el nacimiento de un nuevo entramado de socialidades y formas de contacto entre la incipiente industria cultural representada por los editores profesionales, los productores, la crítica en vías de consolidación y las diferentes capas de lectores a su vez combinados de acuerdo a diferentes modos de apropiación de lo escrito.

En su ya clásico *Las Reglas del Arte. Génesis y estructura del campo literario*, Bourdieu nos presenta tres dimensiones de aproximación al modo de acontecer de lo literario. De un lado, intenta fundamentar una ciencia de las obras opuesta tanto al formalismo (que a fin de cuentas propondría un tipo de conexiones esotéricas entre texto y futuro, texto y realidad) como a la hermenéutica, y anclada en la comprensión de la posición de los productores al interior del sistema de luchas sociales específicas que los constituyen como tales. Mientras que los escritores entendidos como artistas son capaces de producir una “realidad más real” a través de la escritura, este “desvelamiento” siempre estará velado por la magia social que lo hizo posible. En este sentido, frente a la literatura entendida como una práctica aristocratizante que habilita dicho desvelamiento sólo a partir de la posesión de determinados capitales, la ciencia de la obra se erigiría como una práctica desacralizante y democratizadora, desde que enunciaría las condiciones que hicieron posible a la obra poniendo en tensión la estructura de las relaciones objetivas entre las posiciones en el campo de producción (y entre los productores que las ocupan) y la estructura de las relaciones objetivas entre las tomas de posición en el espacio de las obras. Más allá de los cuestionamientos que podría recibir la permanente presuposición de la existencia de “homologías estructurales” dadas de una vez y para siempre entre diferentes sistemas de relaciones (campo de poder y campo intelectual, campo de producción y espacio de las obras, etc.), lo que nos interesa destacar es el nuevo papel atribuido a lo literario en el siglo XIX, un nuevo papel que prefigura nuevas relaciones con el espacio de lo público. En este sentido, la acción literaria, tanto desde el punto de vista de las experiencias de lectura como de las de escritura, permite ver una nueva faceta en la cual ya no se desarrolla un proceso de construcción discursiva de una subjetividad que entrará en tensión con lo público a través de la conformación de lo privado habitado por el pliegue de lo íntimo, sino que estaríamos frente a la puesta en discurso de una fisura, de un trauma, de lo que Barthes llamaría el desgarramiento de la conciencia burguesa. De ser un elemento de secularización, lo literario vuelve a conectarse con la esfera de lo religioso, en el sentido de conjura de ese trauma pero también en el sentido de una teodicea, es decir como una práctica artística que no sólo puede ser juzgada desde criterios estéticos desgajados de la ética propia de la pequeña familia burguesa, sino que pugna por la constitución de comunidades de lectura ajenas a dichos parámetros generando nuevas formas de sublimación conectadas a nuevas imágenes de felicidad plasmadas en el estilo de vida propio del artista tanto bohemio como profesional. En el caso de la tradición del artista puro y profesional al mismo tiempo, inaugurada por Baudelaire y Flaubert en oposición tanto al arte burgués como al arte social y también al arte por el arte, se inaugurará al mismo tiempo todo un sistema de relaciones que se produce frente a su encuentro con un modo de acontecer de lo

público prefigurado por el desarrollo de la industria cultural. Los procesos de comunitarización existentes entre los artistas se darán asimismo entre personas privadas, productores de obras ineludiblemente mediadas por la industria dada su ansia de profesionalización que niega el estilo de vida de la lumpen bohemia, y este movimiento, cual tirada de dados (ver Link, 2004), dará lugar a toda una estructura de posiciones que, ciertamente, se organiza en relación no sólo a la legitimidad cultural enfocada desde la dominación en el campo del poder (Grignon y Passeron, 1991), sino que asimismo presupondrá en Bourdieu una noción de lo público en términos de mero consumo pasivo de los bienes culturales.

Aceptar el hecho de que Bourdieu construye su visión de lo literario sólo basada en luchas por la legitimidad habilitadas por un recorte enfocado en la mirada propia del campo de poder y reconocer el hecho de que su noción de lo público literario está construida sobre la hipótesis de la homología estructural con respecto al campo de producción, lo que lo posiciona antes como un espacio de pasividad que de articulaciones capaces de hacer emerger a lo público literario como una dimensión compleja, no obsta a que podamos realizar una lectura de ciertos puntos de fuga que surgen de sus desarrollos conceptuales. Para ello, es momento de concentrarnos en lo que consideramos la segunda dimensión del abordaje de Bourdieu, a la que podríamos llamar la dimensión histórica del nacimiento del campo literario, anterior a su autonomía, la que se produce según Bourdieu alrededor de 1860, conjuntamente con el caso Dreyfuss. Elegimos este orden de abordaje porque creemos que la dimensión histórica queda en cierta medida ahogada bajo el peso del estructuralismo, al que preferimos relegar hacia un tercer momento de nuestra exégesis. La descripción del nacimiento del campo realizada por Bourdieu comporta cuatro dimensiones que pueden resultar vitales para comprender nuevos aspectos de la conformación de lo público literario propios del siglo XIX. En primer término Bourdieu menciona cambios morfológicos como uno de los determinantes capitales del proceso de autonomización de los campos literario y artístico. Más allá de la dialéctica de la distinción inmanente al campo, y de que la lucha permanente entre aquellos que poseen el capital específico y aquellos que pelean por él desarrolla la lógica de la oferta de productos simbólicos, señala Bourdieu que para llegar a “transformaciones profundas” de las relaciones de fuerza simbólicas que son las alteraciones en la jerarquía de los géneros, de las escuelas o de los autores debe haber modificaciones externas que las apoyen. De estos cambios, el más determinante sería el incremento de la población escolarizada (en todos los niveles de enseñanza) que da pie a dos procesos paralelos, a saber: el aumento del número de productores capaces de vivir de su pluma o de ganarse el sustento con empleos humildes ofrecidos por las empresas culturales (editoriales, periódicos, etc.) y la expansión del mercado de los lectores potenciales. En este punto se hace clara la subordinación

de las esferas de la producción al desarrollo de la conformación de lo público, donde estos cambios en la geografía urbana y demográfica vienen a acoplarse con el proceso de mercantilización de la cultura terminando de delinear al “gran público”, que no sólo está en condiciones de consumir los textos que circulan en tanto libros sino que asimismo está habilitado para gestionar formas de socialidad y de producción de vida en base a los textos, que trascienden el acto de lectura y se plasman en empleos, diversión, ocio y diversos emprendimientos que empiezan a organizarse en torno a un nuevo estatuto de lo literario en relación a lo público. Este proceso parece desencadenar toda una red de socialidades arraigadas en la idea no sólo de que lo literario posee una “verdad” capaz de cifrar lo esquivo de la realidad, sino también de que es la matriz de toda una serie de experiencias específicas vinculadas con el lenguaje que, en última instancia, pueden intervenir en la serie política (la exportación hecha por Zola de ciertas características del campo literario al político, configuradora de la figura del intelectual moderno e inauguradora de la autonomía del campo, es muestra de esto). Y es en este sentido que resulta sintomático el abordaje otorgado por Bourdieu a la dimensión de las socialidades existentes en el proceso de conformación del campo. Su descripción de los salones como ámbitos donde se reproduce a modo de farsa la socialidad propia del siglo XVIII nos habla menos de las condiciones de producción de los escritores que de la imposibilidad de cifrar un magma de socialidades que se estructura en torno a las diferentes experiencias de lo literario distribuidas en torno a comunidades de lectores. Se señala que los salones les permiten a los incipientes escritores artistas una protección con respecto a los embates del folletín y de la industria cultural, funcionando como un mero ámbito de apropiación de prebendas: esto no es otra cosa que una mirada sobre lo residual, cuando la potencia societal de la producción de lo literario está indudablemente alojada en otras sintonías y se entrelaza con las micropolíticas de apropiación de los nuevos objetos culturales. La tercera dimensión del análisis histórico del nacimiento del campo está constituida por los procesos de generación de valor de las obras. En este punto Bourdieu hace uso del concepto de *illusio*, entendida la misma como la creencia de que lo que está en juego vale la pena, originada en la lucha por el monopolio de la denominación del modo de producción legítimo. Así entendido, el generador del valor de la obra no es el productor real, sino el entramado de relaciones que producen la creencia en el poder creador del artista: el valor sería un efecto del campo. Si la *illusio* permite la existencia del campo y el campo es quien otorga valor a las obras, queda sin explicar cuál es el origen de la *illusio*, ya que su existencia en cierta medida no sólo permite la existencia del campo sino que la presupone (en base a este problema, y para no caer en el subjetivismo, Bourdieu establecerá que el único modo objetivo para establecer el valor de la obra es el tiempo de trabajo

invertido en su construcción). Por otra parte, toda la idea de luchas por la legitimidad parece presuponer la existencia una serie de instituciones que están en proceso de conformación. Más allá de que este problema intente zanjarse a partir de la caracterización del proceso de constitución del campo artístico como un siempre paradójico proceso de institucionalización de la anomia, Bourdieu evita pensar las relaciones entre dicho proceso de institucionalización de la anomia y el proceso de desarrollo de las condiciones de circulación de las obras en su yuxtaposición con todo un régimen de visibilidad que está naciendo. Roger Chartier (1997) señala dos momentos clave en la industrialización del proceso de edición de libros, conformados por un primer paso desde la composición manual de Gutemberg al monotipo (acaecida entre 1820 y 1830 y habilitadora de la industrialización de la impresión) y luego al linotipo (1860-70, justamente en sintonía con la autonomización del campo). Pero la atención prestada por Bourdieu al problema de la fabricación y circulación de objetos vinculados a las experiencias literarias no sólo se circunscribe al libro, dejando afuera el importantísimo rol de la prensa y los folletines como forjadores de socialidad y subjetividad literaria, sino que se piensa al nivel del tipo de editoriales existentes, lo que sugiere que lo público se limita a la demanda creada por dichas editoriales en términos de mercado. ¿Qué lugar ocupa la experiencia socialmente construida de lo literario en la imaginación pública, que funciones cumple más allá de las luchas por la legitimidad en ciertas zonas del mundo de los productores? ¿Qué relaciones existen entre lo literario y el régimen de visibilidad propio del siglo XIX, donde las tecnologías de lo visual comienzan a construir relaciones diferenciales entre la imagen y la memoria? ¿Qué ocurre con lo literario en términos de usina de socialidad siempre en tensión con lo político institucional?

Luego de haber sopesado las relaciones entre lo que habíamos pensado como lo público literario y la ciencia de la obra por un lado y la narración histórica del nacimiento del campo por el otro, resta pensar las relaciones entre el desarrollo teórico de la lógica del campo literario a partir de su relativa autonomización. Resulta interesante destacar que Bourdieu se propone fundar un análisis que contravenga la reducción de la obra de arte a lo que la institución dice que es el arte (al estilo, por ejemplo, de Peter Bürger), desde que no se podría hacer una sociología del consumo sin hacer una de la producción y viceversa. El problema de este abordaje es que, pese a sus buenas intenciones, termina fetichizando tanto el concepto de obra como el de experiencia literaria, reduciéndola al encuentro entre un habitus culto y un campo artístico. Existirían tres niveles teóricos en el análisis de Bourdieu (análisis de la posición del campo literario en el seno del campo de poder y su evolución en el curso del tiempo; análisis de la estructura interna del campo literario, es decir de las posiciones objetivas que en él ocupan grupos o individuos situados en relación de competencia por la legitimidad; y análisis de la génesis de los habitus de

los ocupantes de estas posiciones, fruto del encuentro entre trayectorias, disposiciones y posición ocupada) que, en negativo, no pueden ser leídos por fuera de una concepción de lo público. La posición del campo literario en el seno del campo de poder, con respecto al cual su autonomía será siempre relativa, no puede ser pensada por fuera del el lugar ocupado por las prácticas y experiencias literarias en las representaciones colectivas. Bourdieu define al campo de poder como “el espacio de las relaciones de fuerza entre agentes o instituciones que tienen en común poseer el capital necesario para ocupar posiciones dominantes en los diferentes campos (económico y cultural en especial)” (1998:327), y a menos que nos resignemos a pensarlo como un espacio estático con actores predeterminados deberemos pensar que su propia visibilidad está organizada de acuerdo a los modos de acontecer de lo público. Pensar entonces la posición del campo literario al interior del campo de poder no podría limitarse a una reflexión sobre el lugar ocupado por las instituciones literarias (tan inasibles dado que el campo no es otra cosa que el proceso de institucionalización de la anomia), ni al rol de los escritores en tanto intelectuales (son problemáticas las relaciones entre los artistas puros profesionales y el campo intelectual que nace al autonomizarse el campo literario), sino que consistiría más bien en reflexionar sobre las funciones de lo literario en el sistema de socialidades, apropiación de tecnologías y regímenes de visibilidad que se encastran para dar vida a lo público. De esta manera, lo público literario en el siglo XIX importaría una transformación en la que su relación con los actores de lo político institucional se realizará a través de la mediación producida por el campo intelectual, nutrido no sólo de actores y experiencias vinculadas a lo literario en tanto un tipo de acción social (cuyo estatuto, tal como señalamos, también se ha transformado en relación al siglo XVIII) sino de un vasto espectro de campos y subcampos cuya existencia está habilitada por el nuevo régimen industrial de reproductibilidad de lo escrito y por la consolidación de lo privado que viene aparejada al desarrollo de los estados – nación en el capitalismo industrial. Por ello mismo, es imposible comprender a lo literario sólo dentro del marco de las luchas por la legitimidad que son sólo una parte visible de transformaciones mucho más amplias dentro de las experiencias vinculadas con la antigua *fictio* habermasiana. Concentrarse en la comprensión de esas luchas en términos de posiciones constituidas por trayectorias, habitus y disposiciones es una tarea válida y hasta necesaria, pero no debe obturar el hecho de que la relación entre practicantes, ámbitos de socialidad, textos y objetos culturales son capaces de desencadenar procesos de comunitarización (plasmados, por ejemplo, en formas de lectura, en rituales de apropiación de las obras, o en microproducciones literarias no siempre orientadas al mercado) que atraviesan la división entre gran público y público calificado. En este sentido, la división interior a las luchas por la legitimidad entre el subcampo de la producción restringida donde

productores producen para otros productores y el subcampo de la gran producción, olvida que los receptores de esas mercancías son asimismo productores. Los conmovedores intentos de Bourdieu por preservar al campo de producción cultural como refractante antes que reflejo del campo social y de no caer en teorías de la acción basadas en el cálculo cínico y el interés se hacen endeble frente a la caracterización del campo de producción legítimo como espacio de posiciones siempre en relación con el gran público, homologable al mercado, a lo bajo y a lo comercial. Esto parece ocurrir porque la autorreferencialidad del campo lo sumerge en un espiral de cerrada acumulatividad custodiada por instituciones que, sin embargo, aparecen como porosas ante la creciente industrialización y reproductibilidad técnica de los objetos culturales. Dirá Bourdieu:

“A medida que el campo se cierra sobre sí mismo, el dominio práctico de las experiencias adquiridas específicas de toda la historia del género, que están objetivadas en las obras pasadas y registradas en ellas, canonizadas por todo un cuerpo de profesionales de la literatura, exegetas, analistas, forma parte de las condiciones de ingreso en el campo de producción restringida. La historia del campo es realmente irreversible, y los productos de esta historia relativamente autónoma presentan una forma de acumulatividad” (1998:360)

El “cuerpo de profesionales de la literatura, exegetas, analistas”, etc., institucionalizados al interior de la universidad y de ciertas zonas del periodismo cultural, guardianes de la acumulatividad en la historia del campo y productores de una noción de vanguardia que se gestiona como una comunidad de lectores basada en un monopolio legítimo de la interpretación, constituiría sólo una zona específica al interior del conjunto de experiencias literarias que es al mismo tiempo una faceta de su entrelazamiento con lo público.. La recepción en literatura parece ser un fenómeno menos individual de lo que usualmente se piensa (en el caso de la experiencia literaria, de modo similar a lo que ocurre con el cine, la reproductibilidad técnica de los textos habilitaría a que “la masa opere como perito y se sumerja en las obras”, según la famosa frase de Benjamin), desde que la lectura del texto impreso implica sólo una parte de la misma. Así, el siglo XIX parece haber sido testigo de dos procesos paralelos, el de la autonomización del campo literario y su confinamiento al estatuto de disciplina artística yuxtapuesto a la paralela transformación de lo público literario hacia zonas menos ligadas a lo político institucional o a la constitución de una subjetividad burguesa y urbana que a todo un entramado de sociabilidades que ven desde diferentes formas de profesionalización hasta el desarrollo de una industria del entretenimiento muchas veces nutrida de las experiencias propias de lo que Bourdieu llama las

“vanguardias consagradas” al tiempo que acoplada con un nuevo régimen de experiencias de lo visual a su vez productor de nuevos términos para la visibilidad pública.

Las sociabilidades y comunidades de lectura propias del siglo XVIII, que tenía al salón como escenario acompañado de diversas reuniones sociales donde se producían lecturas y comentarios en voz alta, se transforman en el siglo XIX hacia un nuevo diagrama que por un lado consagra a la lectura silenciosa al interior del hogar y por otro, en su confluencia con la industrialización creciente de la imprenta, produce libros en masa que habilitan no sólo una circulación mundial de las obras, sino también toda una serie de empleos y ocupaciones paralelas que se entrecruzan con nuevas formas de entretenimiento y sociabilidad que tienen a los libros y a la narración ficticia como eje. Por más que de hecho se produce la segmentación editorial entre libros para el mercado amplio y libros que se estima que serán consumidos por pequeñas comunidades de lectores que son al mismo tiempo productores, los límites entre arte y entretenimiento no resultan sin embargo demasiado claros, desde que la cultura de masas se muestra capaz de apropiarse de las más diversas experimentaciones vanguardistas y la nueva experiencia estética de la lectura, inexistente en el siglo XVIII, no puede plantearse por fuera de una cultura del ocio propia de ciertas clases privilegiadas.

A modo de conclusión: algunos elementos para el abordaje de lo público literario en nuestra contemporaneidad

Podría decirse que el arco abierto por la autonomización del campo literario a mediados del siglo XIX llega a cerrarse a mediados del siglo XX. Redundar con la preeminencia de lo visual en la cultura contemporánea puede resultar repetitivo, más que nada teniendo en cuenta el fuerte retorno a la escritura personal y a la cultura escrita que implica la mundialización de redes de comunicación informática habilitada por la nueva apropiación social de la tecnología digital. El cambio, que parece tener todas las características de una mutación, debería ser pensado tanto desde las nuevas articulaciones que producen a lo público en la actualidad (signada, en términos de Caletti (2006:92), por una nueva proximidad de lo público y lo político que al mismo tiempo implican una desimbricación donde la sociedad se hace visible y se representa por afuera de la interrogación por un destino común) como desde el nuevo estatuto de las experiencias literarias en el diagrama de la imaginación social. Es en este sentido que nos aventuramos a afirmar que lo que se encuentra en proceso de disolución parece ser el estatus de lo literario como usina de narraciones colectivas. El proceso debería ser desgajado en diferentes niveles. Al mismo ritmo en el cual lo literario parece perder su capacidad de impregnar el imaginario colectivo incluso al

nivel del entretenimiento por la pregnancia de otras maquinarias narrativas tales como el cine o la televisión, la digitalización de lo escrito no sólo produce nuevos modos de aproximación a los textos, nuevas comunidades de lectores y nuevas economías de circulación, sino que también transforma todo el andamiaje legal que sostenía los prerrequisitos de la propiedad intelectual que terminaron de construirse a fines del siglo XVIII. Mientras que los textos ostentan una accesibilidad inmediata, simultáneamente experimentan una implosión en términos de su estructura interna, desde que la lectura hipervincular y la capacidad de ser intervenidos, segmentados, reordenados o amalgamados con imágenes en movimiento (o incluso convertidos ellos mismos en imágenes, como parece suceder en nuevas y revolucionarias superficies como la del blog) trastoca todos los parámetros instaurados por la idea tradicional de cultura escrita. En lo tocante al desarrollo de un campo relativamente autónomo de escritores – artistas, desde la irrupción del pop y pasando por las diversas variantes de la posvanguardia hasta la actual categoría de *world fiction* (Casanova, 1999), la devoración de la industria editorial por parte de mega holdings internacionales poco interesados en invertir en autores que no garanticen una mínima rentabilidad económica viene acompañada por la aparición de nuevas formas de mecenazgo estatal o propio de la sociedad civil, inaugurando una nueva etapa de post-autonomía (Ludmer, 2007). La experiencia “artística” de lo literario parece cada vez más atravesada por la transdisciplinariedad que por la acumulatividad. Este escenario sumado a la enorme ampliación del estrato universitario a nivel mundial acaecida a partir de la década del setenta puede hacernos pensar que el antiguo subcampo de la producción restringida no es en nuestros días otra cosa que el apéndice de un sistema educativo formal hipertrofiado que habilita una inconmensurable proliferación de escrituras que no pueden ser entendidas desde una mirada que parta desde antiguas nociones de lo público ni de lo privado. Nos referimos a que la llamada “ampliación del público lector” que se viene produciendo desde mediados del siglo XVIII y fuera tan festejada en épocas del boom latinoamericano parece haberse transformado poco a poco en una ampliación del público productor. Esto sobrepasa las luchas por la legitimidad al interior de un campo que mantiene relaciones cada vez más ambivalentes con el mercado (editorial y escolar), pero también organiza novedosas comunidades de lectura y posibilita la apertura de nuevas formas de acontecer de lo público literario.

En este sentido, intentaremos caracterizar algunas zonas relevantes de la multiplicidad de escenarios de producción de lo público literario en nuestra contemporaneidad. De un lado, la socialidad académica internacional vinculada a las ciencias sociales y a las humanidades es dueña de un cada vez más extendido círculo virtuoso de lectores y productores apañados en el prestigio fantasmático que los diferentes géneros literarios teóricos o ficcionales tuvieron en otras

épocas, basado aún en luchas por la legitimidad y organizado en forma de campo, pero ya en base a la tensión con el mercado editorial sino integrado al sistema de becas, publicaciones, cargos y prebendas propio del mercado universitario internacional. De otro, la proliferación de escrituras que circulan integradas a la industria internacional de la información y el entretenimiento, donde la especificidad de las experiencias y socialidades vinculadas a lo literario parece borronearse. En términos de Chartier, esto podría entenderse desde el concepto de “conciencia multimedia” contemporánea, donde el problema de lo literario en el presente no serían ya los best – sellers cuyas ventas no dejan de aumentar, sino la cadena de productos derivados del libro. Pero este florecimiento de un mercado mundial donde lo literario se torna inespecífico no debe obturar la democratización del acceso a la representación representado por el cine y la industrialización del libro deviene en el presente en una democratización del acceso a la producción de representaciones. Las comunidades de lectores no parecen ya organizadas únicamente en torno a principios como la clase social, el capital cultural o criterios de aprendizaje (si bien estos criterios deberían ser antes puestos a prueba que descartados con facilidad), sino que estos nuevos lectores – productores permanentes de escrituras parecen conformar nuevas instancias de socialidad que incluyen grupos y foros virtuales, ciclos de lecturas en vivo y convivencia en las esferas conformadas por las nuevas superficies de inscripción que acontecen en lo virtual, todas ellas surcadas por crecientes corrientes de afectividad.

Lo público literario supo ser un insterticio capaz de zanzar la distancia entre vida privada y publicidad generando en las pequeñas familias una publicidad de lo impolítico que fue la semilla de la publicidad activa del dominio del poder público a través de un proceso de autoilustración de las personas privadas respecto de sus genuinas experiencias de una nueva privacidad que a su vez contribuía a constituir, construyendo asimismo vínculos entre la publicidad representativa burguesa y la publicidad representativa de la corte real. Diversas transformaciones sociales lo constituyeron como un campo de producción artística al tiempo que se entreveraba con la industrialización editorial y la naciente industria del entretenimiento, mientras que lo elevaban como máquina narrativa determinante a la hora de pensar las relaciones entre lenguaje y política, erigiéndolo en ese mismo movimiento como ámbito de cultivo y circulación de un secreto sobre la verdadera naturaleza de social, acción mágica y estructura del sentir incluso capaz de cifrar el futuro de lo político e iluminar su pasado. Sus relaciones con lo público ya no eran de constitución de límites con lo privado ni de vaso comunicante con lo político institucional, sino que ganó autonomía como una variada matriz de experiencias capaces de nutrir las formas del imaginario colectivo, con la conformación de instituciones propias del campo literario siempre en tensión con el campo intelectual. El fin de la autonomía, en cambio, parece plantear un escenario

diferente. La yuxtaposición tendería a ceder hacia mecanismos de sobreimpresión, amalgamamiento, inoculación. La fragmentación de la politicidad autorrepresentativa hace imposible una lectura de los fenómenos culturales en términos de lo político – institucional. En este contexto, las experiencias de lo literario parecerían balancearse entre la pura socialidad de diferentes comunidades de productores – lectores (donde el académico institucional parece ser el único ámbito capaz de estructurarse como un campo de posiciones puesto en tensión con un mercado circunscripto a sus integrantes) y la alimentación de una conciencia massmediática sustentada en la industria del entretenimiento, donde los llamados “géneros editoriales” constituirían un fenómeno marginal que valdría la pena analizar. Lo público literario y su politicidad se diseminarían en las políticas de la afectividad que germinan al interior de esas comunidades de lectura, siempre en tensión con las representaciones imperantes en el periodismo de espectáculos. Estos cambios, por su parte, implican un cuestionamiento a las concepciones de lo público y lo privado heredadas de siglos anteriores. La actual reformulación de las dimensiones espacial y temporal y la posibilidad de la construcción colectiva de una intimidad pública por medio de la publicación gratuita en superficies de inscripción de acceso libre en internet, donde “lo literario” es refuncionalizado en base a importantes transformaciones en los modos de producción, circulación y consumo al interior de la cultura escrita, hacen más urgente aún un análisis sobre los modos de sobreimpresión y amalgamamiento de las diferentes temporalidades que conviven en el presente histórico, donde lo público literario parece acontecer no sólo sobredeterminado por ciertas pautas de socialidad emergentes sino como un testigo privilegiado del actual astillamiento de la publicidad burguesa.

BIBLIOGRAFÍA MENCIONADA

- **Bourdieu**, Pierre, *Las Reglas del Arte. Génesis y estructura del Campo Literario*, Anagrama, Barcelona, 1996.
- **Casanova**, Pascale, *La República Mundial de las Letras*, Anagrama, Barcelona, 2001.
- **Caletti**, Sergio, *Repensar el concepto de lo público*, Borradores de Trabajo, Mimeo, Buenos Aires, 2006.
- **Chartier**, Roger, *Las Revoluciones de la cultura escrita*, Gedisa, Barcelona, 1997.
- **Chartier**, Roger, *Inscribir y Borrar. Cultura Escrita y Literatura Siglos XI – XVIII*, Katz Editores, Buenos Aires, 2006.
- **Grignon, C. y Passeron, J.**, *Lo Culto y lo Popular. Populismo y miserabilismo en sociología y en literatura*, Nueva Visión, Buenos Aires, 1991.
- **Habermas**, Jurgen, *Historia y Crítica de la Opinión Pública*, Gustavo Gili, Mexico, 1986.
- **Ludmer**, Josefina, *Literaturas post autónomas 2.0*, disponible en www.linkillo.blogspot.com
- **Link**, Daniel, *Cómo se lee y otras intervenciones críticas*, Norma, Buenos Aires, 2004.